

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
"Российский государственный гуманитарный университет"
(ФГБОУ ВО "РГГУ")

Институт массмедиа и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

_____ А.Б. Безбородов

" " 20 г.

План одобрен Ученым советом вуза
Протокол № 07 от 16.04.2024

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

42.04.01

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Программа магистратуры: Брендинг и деловая репутация
Кафедра: Брендинга и визуальных коммуникаций
Факультет: рекламы и связей с общественностью

Квалификация: магистр

Форма обучения: Очно-заочная

Срок получения образования: 2 г. 4 м.

Типы задач профессиональной деятельности

организационно-управленческий

проектно-аналитический

Год начала подготовки (по учебному плану) 2024
Учебный год 2024-2025
Образовательный стандарт (ФГОС) № 528 от 08.06.2017

СОГЛАСОВАНО

Проректор по учебной работе _____ / П.П. Шкаренков/

Начальник Учебно-методического управления _____ / В.И. Маколов/

Декан _____ / А.Л. Абзев/

Руководитель ОП _____ / В.Д. Секерин/

-	-	-	Формы пром. атт.				з.е.		Итого акад. часов							Курс 1		Курс 2		Курс 3		
			Экзам	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспертное	Факт	Экспертное	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	Конт роль	Пр. подгот	Семест р 1	Семест р 2	Семест р 3	Семест р 4	Семест р 5	Семест р 6	
Считать в плане	Индекс	Наименование													з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.		
Блок 1. Дисциплины (модули)								81	81	2916	2916	656	656	1972	288		18	18	22	23		
Обязательная часть								32	32	1152	1152	264	264	780	108		15	10	4	3		
+	Б1.О.01	Методология исследовательской деятельности и академическая культура		2			2	2	72	72	16	16	56			2						
+	Б1.О.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	1				3	3	108	108	24	24	66	18	3							
+	Б1.О.03	Межкультурное взаимодействие		2			2	2	72	72	16	16	56			2						
+	Б1.О.04	Методологические проблемы современной науки	1				3	3	108	108	24	24	66	18	3							
+	Б1.О.05	Информационно-технологические инновации в коммуникативной индустрии			1		3	3	108	108	24	24	84		3							
+	Б1.О.06	Прикладные телекоммуникационные технологии	2				3	3	108	108	24	24	66	18		3						
+	Б1.О.07	Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности			1		3	3	108	108	24	24	84		3							
+	Б1.О.08	Разработка и продвижение контента	1				3	3	108	108	24	24	66	18	3							
+	Б1.О.09	Разработка и реализация коммуникационной стратегии			2		3	3	108	108	24	24	84			3						
+	Б1.О.10	Планирование и реализация коммуникационных кампаний	3				4	4	144	144	32	32	94	18			4					
+	Б1.О.11	Управление коммуникационными проектами	4				3	3	108	108	32	32	58	18				3				
Часть, формируемая участниками образовательных отношений								49	49	1764	1764	392	392	1192	180		3	8	18	20		
+	Б1.В.01	Технологии брендинга	2				4	4	144	144	32	32	94	18		4						
+	Б1.В.02	Корпоративная культура и деловая репутация			1		3	3	108	108	24	24	84		3							
+	Б1.В.03	Актуальные тенденции семиосферы рекламы	2				4	4	144	144	32	32	94	18		4						
+	Б1.В.04	Алгоритм написания научной работы			3		3	3	108	108	24	24	84				3					
+	Б1.В.05	Оценка стоимости бренда	3				5	5	180	180	40	40	122	18			5					
+	Б1.В.06	Имиджевые технологии в бизнес-коммуникациях	3				3	3	108	108	24	24	66	18			3					
+	Б1.В.07	Брендинг территорий		4			3	3	108	108	24	24	66	18				3				
+	Б1.В.08	Эффективность рекламы и связей с общественностью	3				4	4	144	144	32	32	94	18			4					
+	Б1.В.09	Управление интернет-коммуникациями бренда	4				4	4	144	144	32	32	94	18				4				
+	Б1.В.10	Стратегии формирования репутации	4				4	4	144	144	32	32	94	18				4				
+	Б1.В.ДЭ.01	Элективные дисциплины (модули)		3			3	3	108	108	24	24	84				3					
+	Б1.В.ДЭ.01.01	Современная виртуалистика		3			3	3	108	108	24	24	84				3					
-	Б1.В.ДЭ.01.02	Современное экспериментальное искусство и его влияние на рекламу		3			3	3	108	108	24	24	84				3					
+	Б1.В.ДЭ.02	Элективные дисциплины (модули)	4				3	3	108	108	24	24	66	18				3				
+	Б1.В.ДЭ.02.01	Визуальные коммуникации в цифровой среде	4				3	3	108	108	24	24	66	18				3				
-	Б1.В.ДЭ.02.02	Визуальность в современной массовой культуре	4				3	3	108	108	24	24	66	18				3				
+	Б1.В.ДЭ.03	Элективные дисциплины (модули)		4			3	3	108	108	24	24	66	18				3				
+	Б1.В.ДЭ.03.01	Нейромаркетинговые технологии		4			3	3	108	108	24	24	66	18				3				
-	Б1.В.ДЭ.03.02	Антикризисные коммуникации		4			3	3	108	108	24	24	66	18				3				
+	Б1.В.ДЭ.04	Элективные дисциплины (модули)		4			3	3	108	108	24	24	84				3					
+	Б1.В.ДЭ.04.01	Режиссерская видеореклама в контексте кино и визуальных искусств		4			3	3	108	108	24	24	84				3					

-	Б1.В.ДЭ.04.02	Киноискусство как коммуникативная система			4		3	3	108	108	24	24	84					3			
Блок 2.Практика							30	30	1080	1080	38		1042		1080			15		6	9
Обязательная часть							9	9	324	324	12		312		324			9			
+	Б2.О.01(П)	Производственная практика (Профессионально-творческая практика)			2		9	9	324	324	12		312		324			9			
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							21	21	756	756	26		730		756			6		6	9
+	Б2.В.01(П)	Производственная практика (Научно-исследовательская работа)			24		12	12	432	432	14		418		432			6		6	
+	Б2.В.02(П)	Производственная практика (Преддипломная практика)			5		9	9	324	324	12		312		324					9	
Блок 3.Государственная итоговая аттестация							9	9	324	324	16		308							9	
+	Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена					3	3	108	108	0.5		107.5							3	
+	Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работе					6	6	216	216	15.5		200.5							6	
ФТД.Факультативные дисциплины (модули)							2	2	72	72	16	16	56					2			
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							2	2	72	72	16	16	56					2			
+	ФТД.В.ДЭ.01	Факультативные дисциплины (модули)			2		2	2	72	72	16	16	56					2			
+	ФТД.В.ДЭ.01.01	Правовая безопасность в информационном пространстве			2		2	2	72	72	16	16	56					2			
-	ФТД.В.ДЭ.01.02	Визуальная культура XX – XXI вв.: подходы и интерпретации			2		2	2	72	72	16	16	56					2			
-	ФТД.В.ДЭ.01.03	Современные тренды экономики потребления			2		2	2	72	72	16	16	56					2			
-	ФТД.В.ДЭ.01.04	Социальное предпринимательство и проектный менеджмент			2		2	2	72	72	16	16	56					2			