

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

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

План одобрен Ученым советом вуза

Протокол № 07 от 18.04.2023

42.04.01

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Программа магистратуры: Управление брендом в рекламе и связях с общественностью

Кафедра: Интегрированных коммуникаций и рекламы

Факультет: рекламы и связей с общественностью

Квалификация: магистр

Форма обучения: Очная

Срок получения образования: 2 г.

Типы задач профессиональной деятельности

авторский

организационно-управленческий

проектно-аналитический

научно-исследовательский

Год начала подготовки (по учебному плану) 2023
Учебный год 2023-2024
Образовательный стандарт (ФГОС) № 528 от 08.06.2017

СОГЛАСОВАНО

Проректор по учебной работе Шкаренко / И.П. Шкаренко/

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

Декан Абаев / А.Л. Абаев/

Руководитель ОП Абаев / А.Л. Абаев/



-	-	-	Формы пром. атт.				з.е.		Итого акад. часов							Курс 1		Курс 2		
			Экзамен	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	
Считать в плане	Индекс	Наименование													з.е.	з.е.	з.е.	з.е.		
Блок 1. Дисциплины (модули)								81	81	2916	2916	810	810	1854	252		26	18	28	9
Обязательная часть								32	32	1152	1152	320	320	724	108		20	9	3	
+	Б1.О.01	Методологические проблемы современной науки	1				3	3	108	108	30	30	60	18		3				
+	Б1.О.02	Методология исследовательской деятельности и академическая культура		1			2	2	72	72	20	20	52		2					
+	Б1.О.03	Межкультурное взаимодействие		2			2	2	72	72	20	20	52			2				
+	Б1.О.04	Иностранный язык в профессиональной деятельности	1				3	3	108	108	30	30	60	18		3				
+	Б1.О.05	Информационно-технологические инновации в коммуникативной индустрии			1		3	3	108	108	30	30	78			3				
+	Б1.О.06	Прикладные телекоммуникационные технологии	2				3	3	108	108	30	30	60	18			3			
+	Б1.О.07	Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности			1		3	3	108	108	30	30	78			3				
+	Б1.О.08	Разработка и продвижение контента	1				3	3	108	108	30	30	60	18		3				
+	Б1.О.09	Разработка и реализация коммуникационной стратегии			1		3	3	108	108	30	30	78			3				
+	Б1.О.10	Планирование и реализация коммуникационных кампаний	2				4	4	144	144	40	40	86	18			4			
+	Б1.О.11	Управление коммуникационными проектами	3				3	3	108	108	30	30	60	18				3		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений								49	49	1764	1764	490	490	1130	144		6	9	25	9
+	Б1.В.01	Бренд-менеджмент	1				3	3	108	108	30	30	60	18		3				
+	Б1.В.02	Управление потребительским поведением			1		3	3	108	108	30	30	78			3				
+	Б1.В.03	Исследования в брендинге	2				3	3	108	108	30	30	60	18			3			
+	Б1.В.04	Креативный копирайтинг		2			3	3	108	108	30	30	78				3			
+	Б1.В.05	Медиаология			3		3	3	108	108	30	30	78					3		
+	Б1.В.06	Интегрированные бренд-коммуникации	2				3	3	108	108	30	30	60	18			3			
+	Б1.В.07	Управление имиджем бренда	3				3	3	108	108	30	30	60	18				3		
+	Б1.В.08	Алгоритм написания научной работы			3		3	3	108	108	30	30	78					3		
+	Б1.В.09	Управление коммуникационным агентством		3			3	3	108	108	30	30	78					3		
+	Б1.В.10	Стратегическое планирование в брендинге	3				4	4	144	144	40	40	86	18				4		
+	Б1.В.11	Управление интернет-коммуникациями бренда	4				3	3	108	108	30	30	60	18					3	
+	Б1.В.12	Современная корпоративная культура организации	4				3	3	108	108	30	30	60	18					3	
+	Б1.В.ДВ.01	Элективные дисциплины (модули)		3			3	3	108	108	30	30	78					3		
-	Б1.В.ДВ.01.01	Нейромаркетинговые технологии		3			3	3	108	108	30	30	78						3	
+	Б1.В.ДВ.01.02	Переговорный процесс и управление конфликтами		3			3	3	108	108	30	30	78						3	
+	Б1.В.ДВ.02	Элективные дисциплины (модули)	3				3	3	108	108	30	30	60	18					3	
+	Б1.В.ДВ.02.01	Международный маркетинг (на английском языке)	3				3	3	108	108	30	30	60	18					3	
-	Б1.В.ДВ.02.02	Управление фирменным стилем	3				3	3	108	108	30	30	60	18					3	
+	Б1.В.ДВ.03	Элективные дисциплины (модули)			4		3	3	108	108	30	30	78						3	
+	Б1.В.ДВ.03.01	Антикризисные коммуникации			4		3	3	108	108	30	30	78						3	

-	Б1.В.ДВ.03.02	Аудит бренда			4		3	3	108	108	30	30	78					3	
+	Б1.В.ДВ.04	Элективные дисциплины (модули)			3		3	3	108	108	30	30	78					3	
-	Б1.В.ДВ.04.01	Продвижение бренда в социальных сетях			3		3	3	108	108	30	30	78					3	
+	Б1.В.ДВ.04.02	Брендинг территорий			3		3	3	108	108	30	30	78					3	
Блок 2.Практика							30	30	1080	1080	40		1040		1080		15	6	9
Обязательная часть							9	9	324	324	12		312		324		9		
+	Б2.О.01(П)	Профессионально-творческая практика			2		9	9	324	324	12		312		<u>324</u>		9		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							21	21	756	756	28		728		756		6	6	9
+	Б2.В.01(П)	Научно-исследовательская работа			23		12	12	432	432	16		416		<u>432</u>		6	6	
+	Б2.В.02(П)	Преддипломная практика			4		9	9	324	324	12		312		<u>324</u>			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	20	20	52				2		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							2	2	72	72	20	20	52				2		
+	ФТД.В.ДВ.01	Факультативные дисциплины (модули)			2		2	2	72	72	20	20	52				2		
+	ФТД.В.ДВ.01.01	Правовая безопасность в информационном пространстве			2		2	2	72	72	20	20	52				2		
-	ФТД.В.ДВ.01.02	Визуальная культура XX – XXI вв.: подходы и интерпретации			2		2	2	72	72	20	20	52				2		
-	ФТД.В.ДВ.01.03	Современные тренды экономики потребления			2		2	2	72	72	20	20	52				2		
-	ФТД.В.ДВ.01.04	Социальное предпринимательство и проектный менеджмент			2		2	2	72	72	20	20	52				2		