

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 № 04 от 07.04.2022

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: Очно-заочная

Срок получения образования: 2г 4м

Типы задач профессиональной деятельности

авторский

организационно-управленческий

проектно-аналитический

научно-исследовательский

Год начала подготовки (по учебному плану)

2022

Учебный год

2022-2023

Образовательный стандарт (ФГОС)

№ 528 от 08.06.2017

СОГЛАСОВАНО

Проректор по непрерывному образованию

/ П.П. Шкаренков/

Начальник Учебно-методического управления

/ В.И. Маколов/

Декан

/ А.А. Абаев/

Руководитель ОП

/ А.А. Абаев/

-	-	-	Форма контроля			з.е.		Итого акад.часов						Курс 1		Курс 2		Курс 3	
			Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	Экспертное	Факт	Экспертное	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	Контроль	Пр. подгот	Семестр 1	Семестр 2	Семестр 3	Семестр 4	Семестр 5
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	648	648	1998	270	23	17	21	17	3	
Обязательная часть						39	39	1404	1404	312	312	966	126	20	10	4	2	3	
+	Б1.О.01	Основы научных исследований в профессиональной сфере	1			3	3	108	108	24	24	66	18	3					
+	Б1.О.02	Методологические проблемы современной науки	1			3	3	108	108	24	24	66	18	3					
+	Б1.О.03	Методология исследовательской деятельности и академическая культура		1		2	2	72	72	16	16	56		2					
+	Б1.О.04	Межкультурное взаимодействие		2		2	2	72	72	16	16	56			2				
+	Б1.О.05	Иностранный язык в профессиональной деятельности	1			3	3	108	108	24	24	66	18	3					
+	Б1.О.06	Креативный копирайтинг		2		2	2	72	72	16	16	56			2				
+	Б1.О.07	Информационно-технологические инновации в коммуникативной индустрии			1	3	3	108	108	24	24	84		3					
+	Б1.О.08	Прикладные телекоммуникационные технологии	2			3	3	108	108	24	24	66	18		3				
+	Б1.О.09	Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности			1	3	3	108	108	24	24	84		3					
+	Б1.О.10	Разработка и продвижение контента	1			3	3	108	108	24	24	66	18	3					
+	Б1.О.11	Разработка и реализация коммуникационной стратегии			2	3	3	108	108	24	24	84			3				
+	Б1.О.12	Планирование и реализация коммуникационных кампаний	3			4	4	144	144	32	32	94	18			4			
+	Б1.О.13	Управление коммуникационными проектами	5			3	3	108	108	24	24	66	18					3	
+	Б1.О.14	Управление коммуникационным агентством		4		2	2	72	72	16	16	56					2		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						42	42	1512	1512	336	336	1032	144	3	7	17	15		
+	Б1.В.01	Бренд-менеджмент	2			3	3	108	108	24	24	66	18		3				
+	Б1.В.02	Управление потребительским поведением			1	3	3	108	108	24	24	84		3					
+	Б1.В.03	Исследования в брендинге	2			4	4	144	144	32	32	94	18		4				
+	Б1.В.04	Медиалогия			3	3	3	108	108	24	24	84				3			
+	Б1.В.05	Интегрированные бренд-коммуникации	3			3	3	108	108	24	24	66	18			3			
+	Б1.В.06	Управление имиджем бренда	3			3	3	108	108	24	24	66	18			3			
+	Б1.В.07	Алгоритм написания научной работы		3		2	2	72	72	16	16	56				2			
+	Б1.В.08	Стратегическое планирование в брендинге	3			4	4	144	144	32	32	94	18			4			
+	Б1.В.09	Управление интернет-коммуникациями бренда	4			3	3	108	108	24	24	66	18				3		
+	Б1.В.10	Современная корпоративная культура организации	4			3	3	108	108	24	24	66	18				3		
+	Б1.В.ДВ.01	Элективные дисциплины (модули)		3		2	2	72	72	16	16	56				2			
-	Б1.В.ДВ.01.01	Нейромаркетинговые технологии		3		2	2	72	72	16	16	56				2			
+	Б1.В.ДВ.01.02	Переговорный процесс и управление конфликтами		3		2	2	72	72	16	16	56				2			

+	Б1.В.ДВ.02	Элективные дисциплины (модули)	4			3	3	108	108	24	24	66	18					3		
+	Б1.В.ДВ.02.01	Международный маркетинг (реализуется на английском языке)	4			3	3	108	108	24	24	66	18					3		
-	Б1.В.ДВ.02.02	Управление фирменным стилем	4			3	3	108	108	24	24	66	18					3		
+	Б1.В.ДВ.03	Элективные дисциплины (модули)			4	3	3	108	108	24	24	84						3		
+	Б1.В.ДВ.03.01	Антикризисные коммуникации			4	3	3	108	108	24	24	84						3		
-	Б1.В.ДВ.03.02	Аудит бренда			4	3	3	108	108	24	24	84						3		
+	Б1.В.ДВ.04	Элективные дисциплины (модули)			4	3	3	108	108	24	24	84						3		
+	Б1.В.ДВ.04.01	Продвижение бренда в социальных сетях			4	3	3	108	108	24	24	84						3		
-	Б1.В.ДВ.04.02	Брендинг территорий			4	3	3	108	108	24	24	84						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			24	12	12	432	432	16		416		<u>432</u>		6		6		
+	Б2.В.02(П)	Преддипломная практика			5	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	16	16	56				2				
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						2	2	72	72	16	16	56				2				
+	ФТД.В.ДВ.01	Факультативные дисциплины (модули)		2		2	2	72	72	16	16	56				2				
+	ФТД.В.ДВ.01.01	Правовая безопасность в информационном пространстве		2		2	2	72	72	16	16	56				2				
-	ФТД.В.ДВ.01.02	Визуальная культура XX – XXI вв.: подходы и интерпретации		2		2	2	72	72	16	16	56				2				
-	ФТД.В.ДВ.01.03	Современные тренды экономики потребления		2		2	2	72	72	16	16	56				2				
-	ФТД.В.ДВ.01.04	Коммерциализация результатов интеллектуальной деятельности		2		2	2	72	72	16	16	56				2				