

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Российский государственный гуманитарный университет"
(ФГАОУ ВО "РГГУ")

Институт массмедиа и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

_____ П.П. Шкаренков

_____ 20__ г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

42.04.01

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Брендинг территорий

Факультет: рекламы и связей с общественностью

Квалификация: магистр

Форма обучения: Очная

Срок получения образования: 2 г.

Типы задач профессиональной деятельности

организационно-управленческий

проектно-аналитический

Год начала подготовки (по учебному плану) _____

2025

Учебный год _____

2025-2026

Образовательный стандарт (ФГОС) _____

№ 528 от 08.06.2017

СОГЛАСОВАНО

Директор Департамента образовательной
деятельности _____

/ Н.К. Березина/

Декан _____

/ А.Л. Абаев/

Руководитель ОП _____

/ С.И. Горелова/

-	-	-	Формы пром. атт.				з.е.		Итого акад.часов							Курс 1		Курс 2		
			Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспер тное	Факт	Экспер тное	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	Конт роль	Пр. подгот	Семест р 1 з.е.	Семест р 2 з.е.	Семест р 3 з.е.	Семест р 4 з.е.	
Считать в плане	Индекс	Наименование					81	81	2916	2916	800	800	1882	234		30	14	24	13	
Блок 1.Дисциплины (модули)																				
Обязательная часть							32	32	1152	1152	320	320	742	90			19	10	3	
+	Б1.О.01	Методология исследовательской деятельности и академическая культура		1			2	2	72	72	20	20	52			2				
+	Б1.О.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	1				3	3	108	108	30	30	60	18		3				
+	Б1.О.03	Межкультурное взаимодействие		1			2	2	72	72	20	20	52			2				
+	Б1.О.04	Информационно-технологические инновации в коммуникативной индустрии			1		3	3	108	108	30	30	78			3				
+	Б1.О.05	Прикладные телекоммуникационные технологии	2				3	3	108	108	30	30	60	18			3			
+	Б1.О.06	Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности			1		3	3	108	108	30	30	78			3				
+	Б1.О.07	Разработка и продвижение контента		1			3	3	108	108	30	30	78			3				
+	Б1.О.08	Разработка и реализация коммуникационной стратегии			2		3	3	108	108	30	30	78				3			
+	Б1.О.09	Методологические проблемы современной науки	1				3	3	108	108	30	30	60	18		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	480	480	1140	144		11	4	21	13	
+	Б1.В.01	Технологии брендинга территорий	1				4	4	144	144	40	40	86	18		4				
+	Б1.В.02	Стратегический маркетинг территорий			1		3	3	108	108	30	30	78			3				
+	Б1.В.03	Актуальные тенденции семиосферы рекламы	1				4	4	144	144	40	40	86	18		4				
+	Б1.В.04	Культурно-историческое наследие регионов России			3		3	3	108	108	30	30	78					3		
+	Б1.В.05	Современные тренды экономики впечатлений	3				5	5	180	180	40	40	122	18				5		
+	Б1.В.06	Взаимодействие с органами власти	3				3	3	108	108	30	30	60	18				3		
+	Б1.В.07	Креативные технологии продвижения региона		3			3	3	108	108	30	30	78					3		
+	Б1.В.08	Инновации в продвижении территорий	2				4	4	144	144	40	40	86	18			4			
+	Б1.В.09	Event-маркетинг территории	3				4	4	144	144	40	40	86	18				4		
+	Б1.В.10	Нейромаркетинговые технологии	4				4	4	144	144	40	40	86	18					4	
+	Б1.В.ДЭ.01	Элективные дисциплины (модули)		3			3	3	108	108	30	30	78					3		
-	Б1.В.ДЭ.01.01	Экскурсоведение		3			3	3	108	108	30	30	78					3		
+	Б1.В.ДЭ.01.02	Геобрендинг		3			3	3	108	108	30	30	78					3		
+	Б1.В.ДЭ.02	Элективные дисциплины (модули)	4				3	3	108	108	30	30	60	18					3	
-	Б1.В.ДЭ.02.01	Айдентика в туризме	4				3	3	108	108	30	30	60	18					3	
+	Б1.В.ДЭ.02.02	Визуальные коммуникации в цифровой среде	4				3	3	108	108	30	30	60	18					3	
+	Б1.В.ДЭ.03	Элективные дисциплины (модули)			4		3	3	108	108	30	30	78						3	
+	Б1.В.ДЭ.03.01	Нейромаркетинг			4		3	3	108	108	30	30	78						3	
-	Б1.В.ДЭ.03.02	Технологии эффективного управления и самоменеджмент			4		3	3	108	108	30	30	78						3	
+	Б1.В.ДЭ.04	Элективные дисциплины (модули)			4		3	3	108	108	30	30	78						3	

+	Б1.В.ДЭ.04.01	Основы сценарного и режиссерского мастерства в производстве медиаконтента территории			4		3	3	108	108	30	30	78					3	
-	Б1.В.ДЭ.04.02	Туристские дестинации России			4		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)	Производственная практика (Профессионально-творческая практика)			2		9	9	324	324	12		312		324		9		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							21	21	756	756	28		728		756		6	6	9
+	Б2.В.01(П)	Производственная практика (Научно-исследовательская работа)			23		12	12	432	432	16		416		432		6	6	
+	Б2.В.02(П)	Производственная практика (Преддипломная практика)			4		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	20	20	52				2		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							2	2	72	72	20	20	52				2		
+	ФТД.В.ДЭ.01	Факультативные дисциплины (модули)			2		2	2	72	72	20	20	52				2		
+	ФТД.В.ДЭ.01.01	Правовая безопасность в информационном пространстве			2		2	2	72	72	20	20	52				2		
-	ФТД.В.ДЭ.01.02	Визуальная культура XX – XXI вв.: подходы и интерпретации			2		2	2	72	72	20	20	52				2		
-	ФТД.В.ДЭ.01.03	Современные тренды экономики потребления			2		2	2	72	72	20	20	52				2		
-	ФТД.В.ДЭ.01.04	Социальное предпринимательство и проектный менеджмент			2		2	2	72	72	20	20	52				2		