

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ 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): Управление брендом в рекламе и связях с общественностью

Факультет: 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) _____

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 _____

/ 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	Семестр 1	Семестр 2	Семестр 3	Семестр 4	
Считать в плане	Индекс	Наименование													з.е.	з.е.	з.е.	з.е.		
Блок 1. Дисциплины (модули)								81	81	2916	2916	810	810	1836	270		26	18	28	9
Обязательная часть								29	29	1044	1044	290	290	646	108		20	6	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		2			2	2	72	72	20	20	52			2				
+	Б1.О.04	Методологические проблемы современной науки	1				3	3	108	108	30	30	60	18	3					
+	Б1.О.05	Цифровые технологии в маркетинговых коммуникациях	1				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	60	18	3					
+	Б1.О.08	Разработка и реализация коммуникационной стратегии			1		3	3	108	108	30	30	78		3					
+	Б1.О.09	Планирование и реализация коммуникационных кампаний	2				4	4	144	144	40	40	86	18		4				
+	Б1.О.10	Управление коммуникационными проектами	3				3	3	108	108	30	30	60	18			3			
Часть, формируемая участниками образовательных отношений								52	52	1872	1872	520	520	1190	162		6	12	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	Эффективность коммуникационной деятельности	2				3	3	108	108	30	30	60	18		3				
+	Б1.В.04	Исследования в брендинге	2				3	3	108	108	30	30	60	18		3				
+	Б1.В.05	Креативный копирайтинг		2			3	3	108	108	30	30	78			3				
+	Б1.В.06	Медиалогия			3		3	3	108	108	30	30	78				3			
+	Б1.В.07	Интегрированные бренд-коммуникации	2				3	3	108	108	30	30	60	18		3				
+	Б1.В.08	Управление имиджем бренда	3				3	3	108	108	30	30	60	18			3			
+	Б1.В.09	Алгоритм написания научной работы			3		3	3	108	108	30	30	78				3			
+	Б1.В.10	Управление коммуникационным агентством		3			3	3	108	108	30	30	78				3			
+	Б1.В.11	Стратегическое планирование в брендинге	3				4	4	144	144	40	40	86	18			4			
+	Б1.В.12	Управление интернет-коммуникациями бренда	4				3	3	108	108	30	30	60	18				3		
+	Б1.В.13	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	Переговорный процесс и управление конфликтами		3			3	3	108	108	30	30	78				3			
-	Б1.В.ДВ.01.02	Нейромаркетинговые технологии		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)	Производственная практика (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)	Производственная практика (Научно-исследовательская работа)			23		12	12	432	432	16		416			<u>432</u>		6	6			
+	Б2.В.02(П)	Производственная практика (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 работы					6	6	216	216	15.5		200.5							6		
ФТД.Факультативные дисциплины							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			