

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 и деловая репутация

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) 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 _____ / В.Д. Секерин/

-	-	-	Формы пром. атт.				з.е.		Итого акад. часов							Курс 1		Курс 2		Курс 3			
			Считать в плане	Индекс	Наименование	Экза мен	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
з.е.	з.е.	з.е.																	з.е.	з.е.	з.е.		
Блок 1. Дисциплины (модули)									81	81	2916	2916	640	640	1988	288		16	20	22	23		
Обязательная часть									29	29	1044	1044	240	240	696	108		12	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	Цифровые технологии в маркетинговых коммуникациях	2					3	3	108	108	24	24	66	18			3					
+	Б1.О.06	Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности			1			3	3	108	108	24	24	84			3						
+	Б1.О.07	Разработка и продвижение контента	1					3	3	108	108	24	24	66	18		3						
+	Б1.О.08	Разработка и реализация коммуникационной стратегии			2			3	3	108	108	24	24	84				3					
+	Б1.О.09	Планирование и реализация коммуникационных кампаний	3					4	4	144	144	32	32	94	18				4				
+	Б1.О.10	Управление коммуникационными проектами	4					3	3	108	108	32	32	58	18					3			
Часть, формируемая участниками образовательных отношений									52	52	1872	1872	400	400	1292	180		4	10	18	20		
+	Б1.В.01	Технологии брендинга	2					6	6	216	216	40	40	158	18			6					
+	Б1.В.02	Корпоративная культура и деловая репутация			1			4	4	144	144	24	24	120			4						
+	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		<u>324</u>		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		<u>432</u>		6		6
+	Б2.В.02(П)	Производственная практика (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.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			