

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

Российский университет дружбы народов
Филологический факультет

УТВЕРЖДАЮ

Первый
проректор -
проректор по
образовательной
деятельности

Эбзеева Ю.Н.

20__ г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

Реклама и связи с общественностью
Управление бизнес-коммуникациями



План одобрен Ученым советом ОУП

Протокол № 4 от 21.12.2021

42.04.01

Кафедра: Кафедра массовых коммуникаций

Факультет: Филологический факультет

Квалификация: магистр

Форма обучения: Очная

Срок получения образования: 2г

Типы задач профессиональной деятельности

организационно-управленческий

проектно-аналитический

Год начала подготовки (по учебному плану) 2022

Учебный год 2022-2023


Образовательный стандарт (СУОС) ОСВО РУДН №371 от 21.05.2021

СОГЛАСОВАНО

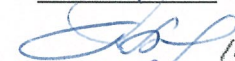
Начальник УОП

 / Воробьева А.А./

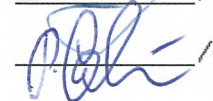
Декан

 / Барабаш В.В./

Председатель МССН

 / Барабаш В.В./

Руководитель программы

 / Савастенко Р.А./

План Учебный план магистратуры '42.04.01 Реклама и СО_Управление бизнес-коммуникациями 2022.plx', код направления 42.04.01, год начала подготовки 2022

-	-	-	Форма контроля			з.е.		Курс 1								Курс 2							
			Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	Экспертное	Факт	Семестр 1				Семестр 2				Семестр 3				Семестр 4			
								з.е.	Лек	Лаб	Пр	з.е.	Лек	Лаб	Пр	з.е.	Лек	Лаб	Пр	з.е.	Лек	Лаб	Пр
Считать в плане	Индекс	Наименование																					
Блок 1. Дисциплины (модули)						66	66	27	102		170	21	85		170	18	85		153				
Обязательная часть						50	50	23	102		153	18	68		153	9	34		102				
+	Б1.О.01	Базовая компонента	1		1223	12	12	5	1		3	5	1		3	2			2				
+	Б1.О.01.01	Иностранный язык			123	6	6	2			2	2			2	2			2				
+	Б1.О.01.02	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии	1		2	6	6	3	1		1	3	1		1								
+	Б1.О.01.02.01	Современные технологии в рекламе и PR	1			3	3	3	1		1												
+	Б1.О.01.02.02	Управление рекламным агентством и связями с общественностью			2	3	3				3	1			1								
+	Б1.О.02	Вариативная компонента	11112 2233		112	38	38	18	5		6	13	3		6	7	2		4				
+	Б1.О.02.01	История и теория media	1			3	3	3	1		1												
+	Б1.О.02.02	Социологические исследования			1	3	3	3	1		1												
+	Б1.О.02.03	Медиаэкономика			1	2	2	2			1												
+	Б1.О.02.04	Теория и практика PR и рекламы	1			3	3	3	1		1												
+	Б1.О.02.05	Event-менеджмент	1			4	4	4	1		1												
+	Б1.О.02.06	Медиаменеджмент	1			3	3	3	1		1												
+	Б1.О.02.07	Внутрикорпоративные коммуникации			2	4	4				4	1			2								
+	Б1.О.02.08	Политические коммуникации	2			4	4				4	1			2								
+	Б1.О.02.09	Психология управления	2			3	3				3	1			1								
+	Б1.О.02.10	Межкультурная коммуникация	2			2	2				2				1								
+	Б1.О.02.11	Технологии графического дизайна	3			3	3									3	1			2			
+	Б1.О.02.12	Бренд-менеджмент	3			4	4									4	1			2			
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						16	16	4			17	3	17		17	9	51		51				
+	Б1.В.ДВ.01	Элективные дисциплины			1	4	4	4			1												
+	Б1.В.ДВ.01.01	Организация работы пресс-службы			1	4	4	4			1												
-	Б1.В.ДВ.01.02	Рекламная коммуникация как социокультурный феномен			1	4	4	4			1												
+	Б1.В.ДВ.02	Элективные дисциплины			2	3	3				3	1		1									
+	Б1.В.ДВ.02.01	Управление предприятием в инфокоммуникациях			2	3	3				3	1			1								
-	Б1.В.ДВ.02.02	Психология массовых коммуникаций			2	3	3				3	1			1								
+	Б1.В.ДВ.03	Элективные дисциплины			3	3	3									3	1			1			
+	Б1.В.ДВ.03.01	Взаимодействие со СМИ			3	3	3									3	1			1			
-	Б1.В.ДВ.03.02	Деловое общение и этикет			3	3	3									3	1			1			
+	Б1.В.ДВ.04	Элективные дисциплины	3			3	3									3	1			1			
+	Б1.В.ДВ.04.01	Профессиональный воркшоп	3			3	3									3	1			1			
-	Б1.В.ДВ.04.02	Социология СМИ	3			3	3									3	1			1			

