

АНОВО "МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"

План одобрен Ученым советом (Сенатом) университета
Протокол № 7 от 20.03.2025

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

42.04.01

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль): Интегрированные коммуникации и диджитал-маркетинг

Квалификация: магистр

Форма обучения: Очно-заочная

Срок получения образования: 2 г. 6 м.

Основной	Типы задач профессиональной деятельности
+	производственно-технологический
-	организационно-управленческий
-	проектно-аналитический
-	научно-исследовательский

Год начала подготовки (по учебному плану) 2025

Образовательный стандарт (ФГОС) № 528 от 08.06.2017

СОГЛАСОВАНО

Зав. УМУ

Зав. ОРН

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

А.Ю. Манюшис

25.03.2025



ДЗ- / Д.Н. Заметта/
/ С.П. Шишкина/

-	-	-	Формы пром. атт.				з.е.		-	Итого акад.часов								Курс 1																		
			Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Эксперт ное	Факт		Часов в з.е.	Эксперт ное	По плану	Конт. раб.	Лек	Лаб	Пр	Конс	СР	Конт роль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	Конс	СР	Конт роль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	Конс	СР	Конт роль	
Считать в плане	Индекс	Наименование																																		
Блок 1.Дисциплины (модули)							81	81		2916	2916	520	184		336		2124.3	271.7	17	612	32		68		457.75	54.25	22	792	5							
Обязательная часть							29	29		1044	1044	188	56		132		747.55	108.45	13	468	24		52		337.9	54.1	10	360	1							
+	Б1.О.01	Методология и методы научных исследований	1				3	3	36	108	108	16	8		8		74	18	3	108	8		8		74	18										
+	Б1.О.02	Иностранный язык делового и профессионального общения	2	1			6	6	36	216	216	32			32		156.9	27.1	3	108			16		91.9	0.1	3	108								
+	Б1.О.03	Аналитика соцмедиа	1				4	4	36	144	144	20	8		12		106	18	4	144	8		12		106	18										
+	Б1.О.04	Сбор и анализ качественных данных в рекламе и паблик рилейшнз			4		3	3	36	108	108	24	8		16		83.85	0.15																		
+	Б1.О.05	Инструменты разработки и запуска бизнес-проекта	1				3	3	36	108	108	24	8		16		66	18	3	108	8		16		66	18										
+	Б1.О.06	Управление коммуникационными проектами	3	2		3	6	6	36	216	216	48	16		32		140.9	27.1									3	108								
+	Б1.О.07	Современный медиатекст и речевое воздействие в медиаконтенте		2			4	4	36	144	144	24	8		16		119.9	0.1									4	144								
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							52	52		1872	1872	332	128		204		1376.75	163.25	4	144	8		16		119.85	0.15	12	432	3							
+	Б1.В.01	Контент-маркетинг и сторителлинг	2				4	4	36	144	144	24	8		16		93	27									4	144								
+	Б1.В.02	Контент-стратегия в социальных медиа	4				3	3	36	108	108	20	8		12		70	18																		
+	Б1.В.03	Технологии продакт-менеджмента	5				5	5	36	180	180	16	8		8		110	54																		
+	Б1.В.04	Трендвотчинг: мониторинг и анализ трендов рынка коммуникаций			1		4	4	36	144	144	24	8		16		119.85	0.15	4	144	8		16		119.85	0.15										
+	Б1.В.05	Оmnikanальность и интегрированные коммуникации			4		4	4	36	144	144	20	8		12		123.85	0.15																		
+	Б1.В.06	Коммуникации бренда на маркетплейсе		2			2	2	36	72	72	24	8		16		47.9	0.1									2	72								
+	Б1.В.07	Корпоративный паблик рилейшнз	4				3	3	36	108	108	16	8		8		74	18																		
+	Б1.В.08	Организация специальных мероприятий, ивент-менеджмент			2		3	3	36	108	108	24	8		16		83.85	0.15									3	108								
+	Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору			2		3	3		108	108	28	12		16		79.85	0.15									3	108	1							
+	Б1.В.ДВ.01.01	GR-менеджмент для коммуникационных агентств			2		3	3	36	108	108	28	12		16		79.85	0.15									3	108	1							
-	Б1.В.ДВ.01.02	Компетенции руководителя рекламного агентства			2		3	3	36	108	108	28	12		16		79.85	0.15									3	108	1							
+	Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору			3		3	3		108	108	28	12		16		79.85	0.15																		
+	Б1.В.ДВ.02.01	Управление репутацией бренда			3		3	3	36	108	108	28	12		16		79.85	0.15																		
-	Б1.В.ДВ.02.02	Анализ и оценка репутационных рисков			3		3	3	36	108	108	28	12		16		79.85	0.15																		
+	Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору	4				4	4		144	144	20	8		12		106	18																		
+	Б1.В.ДВ.03.01	Инструменты искусственного интеллекта для формирования интегрированных коммуникаций	4				4	4	36	144	144	20	8		12		106	18																		
-	Б1.В.ДВ.03.02	Управление маркетинговыми коммуникациями в ESG-деятельности	4				4	4	36	144	144	20	8		12		106	18																		
+	Б1.В.ДВ.04	Дисциплины по выбору	3				3	3		108	108	28	12		16		53	27																		
+	Б1.В.ДВ.04.01	Диджитал-маркетинг	3				3	3	36	108	108	28	12		16		53	27																		
-	Б1.В.ДВ.04.02	Брендформанс-маркетинг	3				3	3	36	108	108	28	12		16		53	27																		
+	Б1.В.ДВ.05	Дисциплины по выбору			3		3	3		108	108	28	12		16		79.85	0.15																		
+	Б1.В.ДВ.05.01	Работа с клиентами в коммуникационных агентствах			3		3	3	36	108	108	28	12		16		79.85	0.15																		
-	Б1.В.ДВ.05.02	Организация работы диджитал-агентства			3		3	3	36	108	108	28	12		16		79.85	0.15																		
+	Б1.В.ДВ.06	Дисциплины по выбору			4		4	4		144	144	16	4		12		127.85	0.15																		
+	Б1.В.ДВ.06.01	Управление клиентским опытом			4		4	4	36	144	144	16	4		12		127.85	0.15																		
-	Б1.В.ДВ.06.02	Управление коммуникациями в сфере культуры			4		4	4	36	144	144	16	4		12		127.85	0.15																		

[illegible]

[illegible]

[illegible]