



РУДН



ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ
ФАКУЛЬТЕТ



УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЯМИ

МАГИСТРАТУРА



ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОГРАММЫ:

- ✓ **Формирование профессиональных компетенций**, которые соответствуют требованиям образовательных и профессиональных стандартов и учитывают тенденции развития современного рынка рекламы и PR.
- ✓ **Занятия ведут признанные эксперты**, кандидаты и доктора наук.
- ✓ **Практические дисциплины читают приглашенные специалисты отрасли**, имеющие колоссальный опыт работы в коммуникационных агентствах и департаментах по коммуникациям крупных российских и западных компаний.
- ✓ Благодаря интернациональному составу учебной группы, **каждый студент выстраивает собственную сеть профессиональных международных контактов** уже в университете.
- ✓ **Индивидуальный подход к каждому студенту**, получение качественных профессиональных компетенций, знакомство с лидерами рынка на выездных мероприятиях – все это увеличивает шансы для трудоустройства в ведущие агентства.
- ✓ Выпускники магистратуры **имеют возможность продолжить обучение в аспирантуре и докторантуре** и получить научную степень, диплом PhD.
- ✓ Возможность участия в программе студенческих обменов с вузами-партнерами.



УЧЕБНЫЙ ПРОЦЕСС



120 кредитов.

С первых дней происходит интенсивное погружение в профессию. Студенты изучают полный комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций, современное состояние рынка коммуникационных услуг в России и за рубежом, стратегии и технологии формирования общественного мнения, имиджа и репутации, секреты предвыборных кампаний, антикризисное управление, инструменты Интернет-продвижения.



СЕТЕВЫЕ МЕДИА

- Технические предпосылки «цифровой революции».
- Интернет-каналы коммуникации по функциям.
- Аудитория 2.0.
- Определения и описание площадок.
- Социальные сети.
- Блоги.
- Социальные сети для корпоративных целей.
- «Вбросы» информации.
- Воспитание агентов влияния и «защитников бренда».
- Прикладные и маркетинговые исследования.
- Примеры успеха.
- Основные приемы управления репутацией.



МЕДИАЭКОНОМИКА

- Бизнес-планирование и медиапродукт.
- Анализ окружающих факторов медиапредприятия.
- Анализ внутренней среды медиакомпанияи.
- Цены и ценообразование в медиаиндустрии, спрос и объемы производства.
- Рекламная продукция и медиауслуги.



ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ МЕДИА

- Исторические истоки авторитарной теории прессы (Платон и Макиавелли).
- Авторы позднего Средневековья и Нового времени.
- Либертарианская теория прессы.
- Кинематограф в современной концепции либертарианства.
- Теория социальной ответственности прессы.
- Негативная и позитивная свобода.
- Пресса и правительство.
- Диалектика социальных отношений и исторический детерминизм.

ПЛАНИРОВАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ КАМПАНИЙ ПО РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

- Феномен общественного мнения.
- PR как явление, как наука и практическая деятельность.
- Методы воздействия на общественное мнение.
- Имидж как коммуникативный код объекта PR-воздействия.
- Особенности организации общественных связей органов государственной власти в Российской Федерации.
- Организация и проведение PR-мероприятий.
- Виды и особенности PR-текстов.
- Методы создания информационных поводов.
- Психологические особенности и аспекты профессиональной деятельности сотрудников PR-подразделений.
- Методы оценки эффективности PR - деятельности государственной и коммерческой.



ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ

- Политический менеджмент.
- Политический маркетинг.
- Политический PR как технология.
- Политика как информационная деятельность.
- Дифференциация рекламных жанров в зависимости от характера коммуникации и коммуникационного канала.
- Создание текста и дизайна политической рекламы. Манипуляция в политической рекламе.

ОТЗЫВЫ СТУДЕНТОВ



АКОПЯН МИХАИЛ (ГРУЗИЯ)

“ Обучение в магистратуре Российского университета дружбы народов по специализации «Управление бизнес-коммуникациями» направления «Реклама и связи с общественностью» является важным этапом моей жизни. Получив до этого диплом бакалавра в другом вузе, я решил продолжить учебу с целью углубления и расширения своих знаний в профессиональной сфере. Два года в статусе магистранта кафедры массовых коммуникаций филологического факультета были отнюдь не легкими, но очень интересными, насыщенными и плодотворными.

Магистерская программа построена так, что можно с разных научных точек зрения взглянуть на рекламу и пиар, проводить собственные исследования в этой области, научиться применять новые знания на практике. Сегодня мне очень помогают в работе и в жизни, приобретенные в эти годы навыки. ”

ЙОНАТАН ШКОЛЬНИК (ИЗРАИЛЬ)

“ Могу сказать, что я был удивлён высоким уровнем обучения на программе магистратуры специализации «Управление бизнес-коммуникациями» на филологическом факультете РУДН. Многие из преподавателей отнесли к нам, студентам, будто это их личный проект, и помогли нам в подготовке к профессиональным конкурсам, консультировали нас по всем вопросам и, конечно же, помогли нам в написании диссертации. В целом магистратура в РУДН - это интересный опыт с помощью которого можно значительно расширить свой кругозор и приобрести новые знакомства и возможности. ”

МИРНЕНКО МАРГАРИТА (УКРАИНА)

“ На данный момент я являюсь студенткой магистерской программы “Управление бизнес-коммуникациями”. Во время обучения я получила достаточно большой опыт, связанный с организацией научно-исследовательской и проектной работы. Участвуя в проектах разной направленности, я приобрела профессиональные компетентности не только на уровне теоретических знаний, но и на уровне практических навыков работы в рекламе и PR. ”



РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОГРАММЫ



САВАСТЕНКО РОМАН АНДРЕЕВИЧ



Кандидат филологических наук, заместитель декана филологического факультета по очно-заочному и заочному обучению, доцент кафедры массовых коммуникаций филологического факультета.

ОБЛАСТИ НАУЧНЫХ ИНТЕРЕСОВ:

журналистика, PR, политический PR, история PR, современные медиасистемы, визуальная коммуникация, цифровые медиа.

Автор научных статей в рецензируемых российских и зарубежных научных журналах (ВАК, SCOPUS, Web of Science).

Неоднократно принимал участие в круглых столах на актуальные темы в Центральном доме журналиста. Член Экспертного совета Премии в области развития общественных связей «RuPoR», на протяжении последних нескольких лет входил в редакционный совет информационно-аналитического профессионального журнала для специалистов по связям с общественностью «Служба PR».