

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 03.06.2024 11:07:04  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы  
Экономический факультет

План одобрен Ученым советом ОУП  
Протокол № 0600-УСП-6 от 28.11.2023

## УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

38.04.02

### Менеджмент

International marketing and business / Международный маркетинг и бизнес (англ.яз.)  
с - Федеральный университет Минас-Жерайс

Кафедра: Кафедра маркетинга  
Факультет: Экономический факультет

Квалификация: магистр

Форма обучения: Очная

Срок получения образования: 2 г.

Основной	Типы задач профессиональной деятельности
+	информационно-аналитический
+	организационно-управленческий

Год начала подготовки (по учебному плану) 2024

Образовательный стандарт (СУОС) № 371 от 21.05.2021

### СОГЛАСОВАНО

Начальник УОП Воробьева А.А./

Декан Андропова И.В./

Председатель МССН Ефремов В.С./

Руководитель магистерской программы Зобов А.М./



План Учебный план магистратуры '+38.04.02\_Международный маркетинг и бизнес\_2024.plx', код направления 38.04.02, год начала подготовки 2024

Считать в плане	Индекс	Наименование	Формы пром. атт.				з.е.		Курс 1														Курс 2													
			Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспер тное	Факт	Семестр 1							Семестр 2							Семестр 3							Семестр 4						
									з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль
<b>Блок 1. Дисциплины (модули)</b>																																				
<b>Обязательная часть</b>																																				
+	Б1.О.01	<b>Базовая компонента</b>	<b>11123</b>		<b>12</b>			18	<b>18</b>	11	<b>396</b>	<b>54</b>		<b>126</b>	<b>135</b>	<b>81</b>	5	<b>180</b>	<b>18</b>		<b>54</b>	<b>81</b>	<b>27</b>	2	<b>72</b>		<b>18</b>	<b>27</b>	<b>27</b>							
+	Б1.О.01.01	Managerial economics / Управленческая экономика	1				3	3	3	108	18		36	27	27																					
+	Б1.О.01.02	Management Research Methodology / Методология исследования проблем управления	1				3	3	3	108	18		36	27	27																					
+	Б1.О.01.03	Management organisation theory / Теория организации управления	1				3	3	3	108	18		36	27	27																					
+	Б1.О.01.04	Strategic Analysis / Современный стратегический анализ	2				3	3									3	108	18		36	27	27													
+	Б1.О.01.05	Professionally Oriented Russian Language / Русский язык в профессиональной деятельности	3		12		6	6	2	72			18	54			2	72			18	54			2	72		18	27	27						
+	Б1.О.02	<b>Вариативная компонента</b>	<b>123</b>		<b>123333</b>	<b>123</b>	34	<b>34</b>	9	<b>324</b>	<b>36</b>		<b>36</b>	<b>225</b>	<b>27</b>		9	<b>324</b>	<b>36</b>		<b>54</b>	<b>171</b>	<b>63</b>	16	<b>576</b>	<b>54</b>	<b>126</b>	<b>315</b>	<b>81</b>							
+	Б1.О.02.01	Finance organizations / Финансы организаций			2		3	3									3	108	18		18	45	27													
+	Б1.О.02.02	Marketing Metrics (Marketing project effectiveness) / Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов)	1			1	6	6	6	216	18		18	153	27																					
+	Б1.О.02.03	Marketing management in international companies / Оперативное маркетинговое планирование в международных компаниях	2			2	6	6									6	216	18		36	126	36													
+	Б1.О.02.04	Trade Marketing / Торговый маркетинг			1		3	3	3	108	18		18	72																						
+	Б1.О.02.05	Managerial Decision Making / Методы принятия управленческих решений	3				3	3																3	108	18		18	45	27						
+	Б1.О.02.06	Integrated Marketing communications in international companies / Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях			3	3	4	4																4	144	18		18	108							
+	Б1.О.02.07	Consumer behaviour / Поведение потребителя			3		4	4																4	144	18		18	81	27						
+	Б1.О.02.08	Corporate marketing at global markets / Корпоративный маркетинг на мировом рынке			3		2	2																2	72			36	36							
+	Б1.О.02.09	International Marketing / Международный маркетинг			3		3	3																3	108			36	45	27						
<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>																																				
+	Б1.В.ДВ.01	<b>Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)</b>			<b>1</b>		4	<b>4</b>	4	<b>144</b>	<b>18</b>		<b>18</b>	<b>108</b>																						
+	Б1.В.ДВ.01.01	Content-marketing / Контент-маркетинг			1		4	4	4	144	18		18	108																						
-	Б1.В.ДВ.01.02	Digital marketing / Диджитал-маркетинг			1		4	4	4	144	18		18	108																						
+	Б1.В.ДВ.02	<b>Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)</b>			<b>2</b>		4	<b>4</b>									4	<b>144</b>	<b>18</b>		<b>36</b>	<b>72</b>	<b>18</b>													
+	Б1.В.ДВ.02.01	Global consumer trends / Глобальные тенденции потребления			2		4	4									4	144	18		36	72	18													
-	Б1.В.ДВ.02.02	International logistics / Международная логистика			2		4	4									4	144	18		36	72	18													
+	Б1.В.ДВ.03	<b>Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)</b>			<b>3</b>		3	<b>3</b>																3	<b>108</b>	<b>18</b>		<b>36</b>	<b>54</b>							
+	Б1.В.ДВ.03.01	Social marketing in globalization context / Социальный маркетинг в контексте глобализации			3		3	3																3	108	18		36	54							
-	Б1.В.ДВ.03.02	Corporate websites: creation and administration / Разработка и администрирование корпоративных сайтов			3		3	3																3	108	18		36	54							
-	Б1.В.ДВ.03.03	International Economics / Мировая экономика			3		3	3																3	108	18		36	54							
<b>Блок 2. Практика</b>																																				
<b>Обязательная часть</b>																																				
+	Б2.О.01	<b>Вариативная компонента</b>			<b>1234</b>		48	<b>48</b>	6	<b>216</b>				<b>216</b>			12	<b>432</b>						9	<b>324</b>			<b>324</b>		21	<b>756</b>					
+	Б2.О.01.01(Н)	Research Work / Научно-исследовательская работа			123		27	27	6	216				216			12	432						9	324			324		21	756					

План Учебный план магистратуры '+38.04.02\_Международный маркетинг и бизнес\_2024.rlx', код направления 38.04.02, год начала подготовки 2024

		Формы пром. атт.							з.е.		Курс 1										Курс 2														
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспер тное	Факт	Семестр 1					Семестр 2					Семестр 3					Семестр 4											
									з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	СР
+	Б2.О.01.02(Пд)	Pre-Degree Internship / Преддипломная практика			4		21	21																				21	756				756		
<b>Блок 3. Государственная итоговая аттестация</b>							9	9																				9	324				324		
+	Б3.01(Г)	State Exam / Подготовка и сдача государственного экзамена	4				3	3																				3	108				108		
+	Б3.02(Д)	Master Thesis Defence / Защита магистерской диссертации	4				6	6																				6	216				216		
<b>ФТД. Факультативные дисциплины</b>													54	18		144	18		72	54			72			54	18								
+	ФТД.01	Russian language / Русский язык		123								72									72						72								
+	ФТД.02	History of religions in Russia / История религий России			2																														
	Итого з.е./акад.часов (без факультативов)						120	120	30	1080	108		180	684	108	30	1080	72		144	756	108	30	1080	72		180	720	108	30	1080			1080	
	Недельная нагрузка в периодах обучения (акад.час/нед)						54					54					54					54													
	Контактная работа (акад.час/нед)						16					12					14																		
	з.е. на курсах (без факультативов)						60					60					60					60													