

Учебный план магистратуры 'Современный маркетинг и управление продажами', код направления 38.04.02, год начала подготовки 2025

Считать по плану	Идентификация	Имя	Фамилия	Инициалы	Имя	Фамилия	Инициалы	Курс 1				Курс 2				Курс 3													
								Семестр 1 [14 нед]				Семестр 2 [20 нед]				Семестр 3 [17 нед]				Семестр 4 [18 нед]				Семестр 5 [нед]			Семестр 6 [нед]		
								з.е.	Лек	Лаб	Пр	з.е.	Лек	Лаб	Пр	з.е.	Лек	Лаб	Пр	з.е.	Лек	Лаб	Пр	з.е.	Лек	Лаб	Пр	з.е.	Лек
Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФРИ: Ягоробов Олег Александрович Должность: Ректор Дата подписания: 02.06.2025 15:42:05 Уникальный программный ключ: ca933a01704891083f939673078e1a989dae18a		Экспертное	Экспертное																										
Блок 1. Дисциплины (модули)		63	2268	12	42	28	56	17	80	20	100	14	51	17	68	20	54	144											
Обязательная часть		51	1836	12	42	28	56	15	80	20	80	12	51	17	51	12	54	72											
+	Б1.О.01	Базовая компонента	18	648	5	1	2	1	8	2	1	2	2	1	3	1	1												
+	Б1.О.01.01	Управленческая экономика	3	108					3	1	1																		
+	Б1.О.01.02	Методология исследования проблем управления	3	108	3	1	1																						
+	Б1.О.01.03	Корпоративное управление	3	108					3	1	1																		
+	Б1.О.01.04	Глобальный стратегический менеджмент	3	108							3	1	1																
+	Б1.О.01.05	Профессиональный иностранный язык	6	216	2	2		2	1		2	1																	
+	Б1.О.02	Вариативная компонента	33	1188	7	2	3		7	2	2		10	3	3		9	2	3										
+	Б1.О.02.01	Анализ конкурентной среды компании	3	108	3					1																			
+	Б1.О.02.02	Экономическая теория на современном этапе	2	72	2	1	1																						
+	Б1.О.02.03	Управление сбытовой деятельностью предприятия	4	144					4	1	1																		
+	Б1.О.02.04	Ценообразование	2	72							2	1																	
+	Б1.О.02.05	Стратегическое и оперативное маркетинговое планирование	3	108					3	1	1																		
+	Б1.О.02.06	Изучение потребителя и таргетинг в соцсетях	3	108							3	1	1																
+	Б1.О.02.07	Коммерческая деятельность предприятия	4	144					4	1	1																		
+	Б1.О.02.08	Управление результативностью маркетинга	2	72	2	1	1																						
+	Б1.О.02.09	Цифровой маркетинг	4	144							4	1	1																
+	Б1.О.02.10	Маркетинговый аудит	3	108					3	1	1																		
+	Б1.О.02.11	Интегрированные маркетинговые коммуникации	3	108					3	1	1																		
Часть, формируемая участниками образовательных		12	432					2	20		2	17		8	72														
+	Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)	2	72					2	1																			
+	Б1.В.ДВ.01.01	Маркетинг розничной торговли	2	72					2	1																			
-	Б1.В.ДВ.01.02	Современные технологии продаж	2	72					2	1																			
+	Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)	2	72							2	1																	
+	Б1.В.ДВ.02.01	Управление маркетингом	2	72							2	1																	
-	Б1.В.ДВ.02.02	Основы электронной коммерции	2	72							2	1																	
+	Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)	2	72							2	1																	
+	Б1.В.ДВ.03.01	Маркетинг в сфере услуг	2	72							2	1																	
-	Б1.В.ДВ.03.02	Инновационное предпринимательство	2	72							2	1																	
+	Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)	2	72							2	1																	
+	Б1.В.ДВ.04.01	Социально-этический маркетинг	2	72							2	1																	
-	Б1.В.ДВ.04.02	Кросскультурный маркетинг	2	72							2	1																	
+	Б1.В.ДВ.05	Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)	2	72					2		1																		
+	Б1.В.ДВ.05.01	Управление клиентской лояльностью	2	72					2		1																		
-	Б1.В.ДВ.05.02	Категорийный маркетинг	2	72					2		1																		

Учебный план магистратуры 'Современный маркетинг и управление продажами', код направления 38.04.02, год начала подготовки 2025

-	-	-	з.е.	Итого акад.ча	Курс 1								Курс 2								Курс 3							
					Семестр 1 [14 нед]				Семестр 2 [20 нед]				Семестр 3 [17 нед]				Семестр 4 [18 нед]				Семестр 5 [нед]				Семестр 6 [нед]			
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экспертное	Экспертное	з.е.	Лек	Лаб	Пр	з.е.	Лек	Лаб	Пр	з.е.	Лек	Лаб	Пр												
+	Б1.В.ДВ.06	Дисциплины (модули) по выбору 6 (ДВ.6)	2	72													2			1								
+	Б1.В.ДВ.06.01	Международные маркетинговые стратегии	2	72													2			1								
-	Б1.В.ДВ.06.02	Продуктовый маркетинг	2	72													2			1								
Блок 2.Практика			48	1728	9				6				9				3				21							
Часть, формируемая участниками образовательных			48	1728	9				6				9				3				21							
+	Б2.В.01(Н)	НИРМ	27	972	9				6				9				3											
+	Б2.В.02(Пд)	Преддипломная практика	21	756																	21							
Блок 3.Государственная итоговая аттестация			9	324																	9							
+	Б3.01(Г)	Подготовка и сдача государственного экзамена	3	108																	3							
+	Б3.02(Д)	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	6	216																	6							
ФТД.Факультативные дисциплины			2	108		14		14	2	20																		
+	ФТД.01	История религий России	2	72					2	1																		
+	ФТД.02	Информационные базы данных		36		1		1																				
Итого з.е./акад.часов (без факультативов)			120	4320	21				23				23				23				30							
Недельная нагрузка в периодах обучения (акад					48.9				45				48.8				46											
Контактная работа (акад.час/нед)						9			10				8				11											
з.е. на курсах (без факультативов)								44					46								30							