

План одобрен Ученым советом вуза
Протокол № 10 от 20.06.2017

РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

подготовки магистров

38.04.02

38.04.02 Менеджмент

Профиль "Маркетинговое управление"

Кафедра:

Факультет: международного бизнеса

Квалификация: магистр

Программа подготовки: академ. магистратура

Форма обучения: заочная

Срок обучения: 2г 5м

Виды профессиональной деятельности

- организационно-управленческая
- аналитическая
- научно-исследовательская
- педагогическая

Год начала подготовки
(по учебному плану)

2018

Образовательный стандарт

ОС ВАВТ

21.06.2016



УТВЕРЖДАЮ

Синельников-Мурлыга

С.Г.

2017г.

СОГЛАСОВАНО

Проректор по учебной работе

Начальник УО

Декан

Руководитель магистерской программы

/ Идрисова В.В. /

/ Лебедева Н.В. /

/ Андреева О.Д. /

/ Королев В.И. /

1. Календарный учебный график

[illegible]

2. Сводные данные

		Курс 1	Курс 2	Курс 3	Итого
	Теоретическое обучение	3 5/6	26 2/6	17	47 1/6
Э	Экзаменационные сессии	1 3/6	4	2	7 3/6
	Учебная практика (распред.)		2		2
	Научно-исследовательская работа (распред.)	6	6	8 4/6	20 4/6
	Производственная практика (распред.)			6	6
Д	Выпускная квалификационная работа			2	2
Г	Гос. экзамены и/или защита ВКР			4	4
К	Каникулы	9	11	8	28
Итого		20 2/6	49 2/6	47 4/6	117 2/6
Студентов					
Групп					

7:17	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	15	16	17	21	22	23	24	42	43	44	45	46	47	63	64	65	66	67	68	84	85	86	87	88	89	184	###	185,00	187	188
	Индекс	Наименование	Формы контроля					Всего часов					ЗЕТ		Распределение по курсам																	Часов в ЗЕТ	ЗЕТ в нед.	Пр/Ауд (%)	Итого часов в интерактивной форме	Итого часов в электронной форме				
в том числе								Экспертное	Факт	Курс 1					Курс 2					Курс 3																				
Экзамны			Зачеты	Зачеты с оценкой	Курсовые проекты	Курсовые работы	Контрольные			По ЗЕТ	По плану	Контакт. раб. (по учеб. зан.)	СР	Контроль	Лек	Лаб	Пр	СР	Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр	СР	Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр	СР	Контроль						ЗЕТ			
4		Итого	10	17				4392	4392	550	3360	158	122	122	24			112	364	40	24	46		234	1 002	86	50	26		108	446	32	48	-		82.5%		72		
6		Итого по ООП (без факультативов)	10	16				4320	4320	538	3304	154	120	120	24			112	364	40	24	46		222	946	82	48	26		108	446	32	48	-		82.2%		72		
8		Б=26% В=74% ДВ(от В)=24%								22%	72%	6%																												
9		Итого по блоку Б1	10	16				2448	2448	538	1756	154	68	68	24			112	364	40	15	46		222	946	82	36	26		108	446	32	17	-		82.2%		72		
11		Б=26% В=74% ДВ(от В)=24%								22%	72%	6%																												
12		Б1 Дисциплины (модули)	10	16				2448	2448	538	1756	154	68	68	24			112	364	40	15	46		222	946	82	36	26		108	446	32	17	-		82.2%		72		
14	Б1.Б	Базовая часть	3	3				648	648	284	325	39	18	18	4			74	125	13	6	4		138	160	22	9			64	40	4	3	-		97.2%		8		
15	Б1.Б.1	Управленческая экономика	1					108	108	14	85	9	3	3	4			10	85	9	3													36		71.4%		4		
17		в т.ч. часов в электронной форме:						4	4									4																						
18	Б1.Б.2	Международный маркетинг	2					108	108	14	85	9	3	3									4		10	85	9	3						36		71.4%		4		
20		в т.ч. часов в электронной форме:						4	4															4		4														
21	Б1.Б.3	Иностранный язык	2	1-3				432	432	256	155	21	12	12				64	40	4	3				128	75	13	6			64	40	4	3	36		100%			
23		в т.ч. часов в электронной форме:																																						
24	*																																							
26	Б1.В	Вариативная часть	7	13				1800	1800	254	1431	115	50	50	20			38	239	27	9	42		84	786	60	27	26		44	406	28	14	-		65.4%		64		
28	Б1.В.ОД	Обязательные дисциплины	7	7				1368	1368	196	1081	91	38	38	20			38	239	27	9	42		84	786	60	27	4		8	56	4	2	-		66.3%		52		
29	Б1.В.ОД.1	Микро- и макроэкономика для менеджеров	1					108	108	22	77	9	3	3	8			14	77	9	3												36		63.6%		6			
31		в т.ч. часов в электронной форме:						6	6									6																						
32	Б1.В.ОД.2	Общий и стратегический менеджмент	1					108	108	20	79	9	3	3	8			12	79	9	3												36		60%		4			
34		в т.ч. часов в электронной форме:						4	4									4																						
35	Б1.В.ОД.3	Организационное поведение	1					108	108	15	83	9	3	3	4			12	83	9	3												36		75%		4			
37		в т.ч. часов в электронной форме:						4	4									4																						
38	Б1.В.ОД.4	Стратегический анализ в практике международной компании						109	108	16	92		3	3				4		12	92		3										36		75%		4			
40		в т.ч. часов в электронной форме:						4	4											4																				
41	Б1.В.ОД.5	Современные инструменты управления человеческим капиталом	2					108	108	12	87	9	3	3				4		8	87	9	3										36		66.7%		4			
43		в т.ч. часов в электронной форме:						4	4											4																				
44	Б1.В.ОД.6	Защита прав предпринимателей. Трудовое право	2					72	72	12	56	4	2	2				4		8	56	4	2										36		66.7%		4			
46		в т.ч. часов в электронной форме:						4	4											4																				
47	Б1.В.ОД.7	Анализ внутренней среды компании	2					72	72	12	56	4	2	2				4		8	56	4	2										36		66.7%		4			
49		в т.ч. часов в электронной форме:						4	4											4																				
50	Б1.В.ОД.8	Современные проблемы МЭО	2					108	108	14	85	9	3	3				4		10	85	9	3										36		71.4%		4			
52		в т.ч. часов в электронной форме:						4	4											4																				
53	Б1.В.ОД.9	Эволюция и современная концепция маркетинга: клиентоэкономика		2				72	72	6	62	4	2	2				2		4	62	4	2										36		66.7%		2			
55		в т.ч. часов в электронной форме:						2	2											2																				
56	Б1.В.ОД.10	Методика комплексного исследования рынка	2					72	72	10	58	4	2	2				4		6	58	4	2										36		60%		2			
58		в т.ч. часов в электронной форме:						2	2											2																				
59	Б1.В.ОД.11	Стратегические маркетинговые решения: сегментирование, позиционирование, кастомизация	2					108	108	10	89	9	3	3				4		6	89	9	3										36		60%		2			
61		в т.ч. часов в электронной форме:						2	2											2																				
62	Б1.В.ОД.12	Товарная стратегия и политика в маркетинге		2				72	72	10	58	4	2	2				4		6	58	4	2										36		60%		2			
64		в т.ч. часов в электронной форме:						2	2											2																				
65	Б1.В.ОД.13	Интернет-маркетинг	3					72	72	12	56	4	2	2										4		8	56	4	2				36		66.7%		4			
67		в т.ч. часов в электронной форме:						4	4																															
68	Б1.В.ОД.14	Маркетинговые коммуникации	2					108	108	16	83	9	3	3				4		12	83	9	3										36		75%		4			
70		в т.ч. часов в электронной форме:						4	4											4																				
71	Б1.В.ОД.15	Ценовая работа и ценовая политика в маркетинге	2					72	72	8	60	4	2	2				4		4	60	4	2										36		50%		2			
73		в т.ч. часов в электронной форме:						2	2												2																			
74	*																																							
76	Б1.В.Д#	Дисциплины по выбору		6				432	432	58	350	24	12	12														22		36	350	24	12	-		62.1%		12		

[illegible]