

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
"Российский государственный гуманитарный университет"
(ФГБОУ ВО "РГГУ")

Институт экономики, управления и права

План одобрен Ученым советом вуза

Протокол № 07 от 18.04.2023

38.04.02

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Управление маркетингом
Кафедра: Маркетинга
Факультет: Управления

Квалификация: магистр

Форма обучения: Очно-заочная

Срок получения образования: 2 г. 4 м.

Типы задач профессиональной деятельности

информационно-аналитический

организационно-управленческий

научно-исследовательский

педагогический

Год начала подготовки (по учебному плану) 2023

Учебный год 2023-2024

Образовательный стандарт (ФГОС) № 952 от 12.08.2020

СОГЛАСОВАНО

Проректор по учебной работе

Начальник Учебно-методического управления

и.о. Декана

Руководитель ОП



УТВЕРЖДАЮ

Российский
государственный
гуманитарный
университет

А.Б. Безбородов

18/04/2023 г.

/ П.П. Шкаренков/

/ В.И. Маколов/

/ М.А. Лашкевич/

/ Л.А. Корчагова/

-	-	-	Форма контроля				з.е.		Итого акад. часов							Курс 1		Курс 2		Курс 3		
			Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспертное	Факт	Экспертное	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	Конт роль	Пр. подгот	Семест р 1	Семест р 2	Семест р 3	Семест р 4	Семест р 5	Семест р 6	
Считать в плане	Индекс	Наименование													з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.		
Блок 1. Дисциплины (модули)							90	90	3240	3240	704	704	2264	272		25	20	23	17	5		
Обязательная часть							33	33	1188	1188	264	264	816	108		17	11	5				
+	Б1.О.01	Методология исследовательской деятельности и академическая культура		1			2	2	72	72	16	16	56		2							
+	Б1.О.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	1				3	3	108	108	24	24	66	18	3							
+	Б1.О.03	Математические модели в теории управления и исследование операций	1				3	3	108	108	24	24	66	18	3							
+	Б1.О.04	Современные концепции и проблемы российского менеджмента	1				3	3	108	108	24	24	66	18	3							
+	Б1.О.05	Организация и информационное обеспечение исследовательской деятельности	1				3	3	108	108	24	24	66	18	3							
+	Б1.О.06	Разработка и принятие управленческих решений			2		3	3	108	108	24	24	84				3					
+	Б1.О.07	Межкультурное взаимодействие		2			2	2	72	72	16	16	56				2					
+	Б1.О.08	Технологии проектного управления	2				3	3	108	108	24	24	66	18			3					
+	Б1.О.09	Лидерство и командообразование		1			3	3	108	108	24	24	84		3							
+	Б1.О.10	Коммуникационный менеджмент	2				3	3	108	108	24	24	66	18			3					
+	Б1.О.11	Современный стратегический анализ			3		3	3	108	108	24	24	84					3				
+	Б1.О.12	Педагогические методы и методики преподавания управленческих дисциплин		3			2	2	72	72	16	16	56					2				
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							57	57	2052	2052	440	440	1448	164		8	9	18	17	5		
+	Б1.В.01	Современные концепции управления маркетингом		1			3	3	108	108	24	24	84		3							
+	Б1.В.02	Количественные методы исследований и анализа в маркетинге	1				3	3	108	108	24	24	66	18	3							
+	Б1.В.03	Интегрированные маркетинговые коммуникации		3			3	3	108	108	24	24	84					3				
+	Б1.В.04	Управление ценовой политикой компании			2		3	3	108	108	24	24	84				3					
+	Б1.В.05	Качественные методы маркетинговых исследований	2				3	3	108	108	24	24	66	18			3					
+	Б1.В.06	Бренд-менеджмент	2				3	3	108	108	24	24	66	18			3					
+	Б1.В.07	Оценка эффективности маркетинговой деятельности компании			3		3	3	108	108	24	24	84					3				
+	Б1.В.08	Цифровой маркетинг и социальные сети			3		3	3	108	108	24	24	84					3				
+	Б1.В.09	Технологии разработки новых продуктов	3				3	3	108	108	24	24	66	18				3				
+	Б1.В.10	Маркетинговый аудит	4				3	3	108	108	24	24	66	18					3			
+	Б1.В.11	Маркетинг в секторах экономики	3				3	3	108	108	24	24	66	18				3				
+	Б1.В.12	Управление лояльностью потребителей		5			3	3	108	108	24	24	84							3		
+	Б1.В.13	Территориальный маркетинг и брендинг			3		3	3	108	108	24	24	84					3				
+	Б1.В.14	Стратегическое планирование в маркетинге	4			4	5	5	180	180	24	24	136	20					5			
+	Б1.В.15	Маркетинг в сфере культуры			4		3	3	108	108	24	24	84						3			
+	Б1.В.16	Международный маркетинг (на английском языке)			4		3	3	108	108	24	24	84						3			
+	Б1.В.17	Алгоритм разработки маркетинговой стратегии предприятия	4				3	3	108	108	24	24	66	18					3			
+	Б1.В.ДЭ.01	Элективные дисциплины (модули)		1			2	2	72	72	16	16	56		2							
-	Б1.В.ДЭ.01.01	Эконометрика		1			2	2	72	72	16	16	56		2							
+	Б1.В.ДЭ.01.02	Статистические методы в маркетинге		1			2	2	72	72	16	16	56		2							
+	Б1.В.ДЭ.02	Элективные дисциплины (модули)	5				2	2	72	72	16	16	38	18							2	

+	Б1.В.ДЭ.02.01	Внутренний маркетинг	5				2	2	72	72	16	16	38	18					2			
-	Б1.В.ДЭ.02.02	Приемы и методы связей с общественностью в маркетинге	5				2	2	72	72	16	16	38	18					2			
Блок 2.Практика							21	21	756	756	28		728		756		9	3	3	6		
Обязательная часть							12	12	432	432	16		416		432		9		3			
+	Б2.О.01(У)	Научно-исследовательская работа			2		3	3	108	108	4		104		<u>108</u>		3					
+	Б2.О.02(П)	Педагогическая практика			4		3	3	108	108	4		104		<u>108</u>				3			
+	Б2.О.03(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности			2		6	6	216	216	8		208		<u>216</u>		6					
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							9	9	324	324	12		312		324			3		6		
+	Б2.В.01(П)	Преддипломная практика			5		6	6	216	216	8		208		<u>216</u>					6		
+	Б2.В.02(П)	Научно-исследовательская работа			3		3	3	108	108	4		104		<u>108</u>			3				
Блок 3.Государственная итоговая аттестация							9	9	324	324	16		308							9		
+	Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена					3	3	108	108	0.5		107.5							3		
+	Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы					6	6	216	216	15.5		200.5							6		
ФТД.Факультативные дисциплины (модули)							2	2	72	72	16	16	56				2					
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							2	2	72	72	16	16	56				2					
+	ФТД.В.ДЭ.01	Факультативные дисциплины (модули)			2		2	2	72	72	16	16	56				2					
+	ФТД.В.ДЭ.01.01	Правовая безопасность в информационном пространстве			2		2	2	72	72	16	16	56				2					
-	ФТД.В.ДЭ.01.02	Визуальная культура XX – XXI вв.: подходы и интерпретации			2		2	2	72	72	16	16	56				2					
-	ФТД.В.ДЭ.01.03	Современные тренды экономики потребления			2		2	2	72	72	16	16	56				2					
-	ФТД.В.ДЭ.01.04	Социальное предпринимательство и проектный менеджмент			2		2	2	72	72	16	16	56				2					