

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»

План одобрен Ученым советом вуза  
Протокол № 7 от 28.02.2017

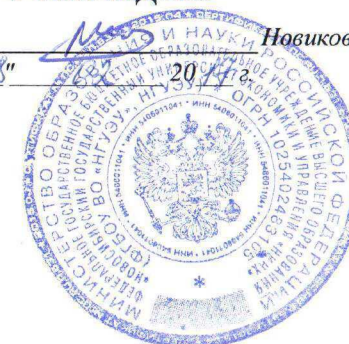
**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**  
по программе магистратуры

УТВЕРЖДАЮ  
Ректор \_\_\_\_\_ Новиков А.В.  
"28" \_\_\_\_\_ 2017

38.04.02

Профиль: Маркетинг и управление бизнесом  
Кафедра: Маркетинга, рекламы и связей с общественностью  
Факультет: Корпоративной экономики и предпринимательства

Менеджмент



Квалификация: магистр
Программа подготовки: академическая магистратура
Форма обучения: Заочная
Срок обучения: 2г 5м

Год начала подготовки (по учебному плану) \_\_\_\_\_ 2017

Образовательный стандарт \_\_\_\_\_ № 322 от 30.03.2015

+	Основной	Виды деятельности
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	аналитическая
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	научно-исследовательская

**СОГЛАСОВАНО**

Проректор по учебной работе \_\_\_\_\_ / Ромашин В.Н./

Начальник УО \_\_\_\_\_ / Чердынцова М.В./

Декан факультета \_\_\_\_\_ / Филатов С.А./

И.о. зав. кафедрой \_\_\_\_\_ / Шадрина Л.Ю./

Руководитель магистерской программы \_\_\_\_\_ / Шадрина Л.Ю./

**Календарный учебный график**

Мес	Сентябрь					Октябрь				Ноябрь					Декабрь				Январь				Февраль				Март					Апрель				Май				Июнь				Июль				Август						
Числа	1-7	8-14	15-21	22-28	29-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-9	10-16	17-23	24-30	1-7	8-14	15-21	22-28	29-4	5-11	12-18	19-25	26-1	2-8	9-15	16-22	23-1	2-8	9-15	16-22	23-29	30-5	6-12	13-19	20-26	27-3	4-10	11-17	18-24	25-31	1-7	8-14	15-21	22-28	29-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-9	10-16	17-23	24-31		
Нед	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52		
I	*	*	*	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш	ш		
II																																																						
III																																																						

**Сводные данные**

	Курс 1	Курс 2	Курс 3	Итого
Теоретическое обучение и рассредоточенные практики	29	26 1/6	4	59 1/6
Э Экзаменационные сессии	7	7	5/6	14 5/6
У Учебная практика	4			4
П Производственная практика		8	6	14
Д Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты			4	4
Г Подготовка к сдаче и сдача гос. экзамена			2	2
К Каникулы	7	8 5/6	6 5/6	22 4/6
* Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	2 (12 дн)	2 (12 дн)	1 2/6 (8 дн)	5 2/6 (32 дн)
Продолжительность обучения (не включая нерабочие праздничные дни и каникулы)	более 39 нед.	более 39 нед.	не менее 12 нед. и не более 39 нед.	
<b>Итого</b>	<b>49</b>	<b>52</b>	<b>25</b>	<b>126</b>



Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1	Дисциплины (модули)	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; СПК-1; СПК-2
Б1.Б	Базовая часть	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9
Б1.Б.01	Философские проблемы науки	ОК-1; ОК-3
Б1.Б.02	Деловые и научные коммуникации	ОПК-1; ПК-7
Б1.Б.03	Деловой иностранный язык	ОПК-1
Б1.Б.04	Методика и методология научного исследования	ОК-1; ОПК-3; ПК-6; ПК-8; ПК-9
Б1.Б.05	Подготовка и принятие управленческих решений	ОК-2
Б1.Б.06	Психология менеджмента	ОК-2; ОК-3
Б1.Б.07	Организационная культура	ОПК-2
Б1.Б.08	Теория организации и организационное поведение	ОК-2; ОПК-2
Б1.В	Вариативная часть	ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; СПК-1; СПК-2
Б1.В.01	Управление поведением потребителей	ПК-4
Б1.В.02	Стратегический маркетинг и менеджмент	ПК-5; СПК-1; СПК-2
Б1.В.03	Организация исследований в системе стратегического маркетинга	ПК-4
Б1.В.04	Обработка и анализ информации маркетинговых исследований	ПК-7; ПК-9
Б1.В.05	Управление маркетинговыми коммуникациями	ПК-6; СПК-1; СПК-2
Б1.В.06	Психология интегрированных маркетинговых коммуникаций	ПК-6
Б1.В.07	Маркетинг инноваций	ПК-6
Б1.В.08	Практика управления портфелем бизнесов компании	ПК-5; СПК-1
Б1.В.09	Организация и управление продажами	ПК-5
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1	ПК-5
Б1.В.ДВ.01.01	Международный маркетинг	ПК-5
Б1.В.ДВ.01.02	Прогнозирование спроса на товарных рынках	ПК-5
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2	ПК-7; ПК-8
Б1.В.ДВ.02.01	Коммуникативно-прагматический анализ и моделирование текстов	ПК-7; ПК-8
Б1.В.ДВ.02.02	Лингвистическое обеспечение маркетинга	ПК-7; ПК-8
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3	ПК-4; СПК-2
Б1.В.ДВ.03.01	Управление интернет-технологиями в маркетинге	ПК-4; СПК-2
Б1.В.ДВ.03.02	Управление МЛМ-технологиями	ПК-4; СПК-2
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4	ПК-4
Б1.В.ДВ.04.01	Рекламный маркетинг	ПК-4
Б1.В.ДВ.04.02	Кросскультурные коммуникации в маркетинге	ПК-4
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5	ПК-5
Б1.В.ДВ.05.01	Бренд-менеджмент	ПК-5
Б1.В.ДВ.05.02	Корпоративная айдентика	ПК-5
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6	ПК-6; СПК-1

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1.В.ДВ.06.01	Проектирование торгового пространства и формирование системы мерчандайзинга	ПК-6; СПК-1
Б1.В.ДВ.06.02	Внутренний маркетинг	ПК-6; СПК-1
Б1.В.ДВ.07	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.7	ПК-6
Б1.В.ДВ.07.01	Управление рисками в маркетинговой деятельности	ПК-6
Б1.В.ДВ.07.02	Выставочное дело	ПК-6
Б2	Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)	ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; СПК-1; СПК-2
Б2.В	Вариативная часть	ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; СПК-1; СПК-2
Б2.В.01(У)	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	ПК-4; ПК-8
Б2.В.02(П)	Научно-исследовательская работа	ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9
Б2.В.03(П)	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	ПК-5; ПК-7; СПК-1
Б2.В.04(П)	Преддипломная практика	ПК-4; ПК-9; СПК-2
Б3	Государственная итоговая аттестация	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; СПК-1; СПК-2
Б3.Б	Базовая часть	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; СПК-1; СПК-2
Б3.Б.01(Г)	Государственный экзамен	ПК-4; ПК-5; СПК-1; СПК-2
Б3.Б.02(Д)	Защита выпускной квалификационной работы	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; СПК-1; СПК-2
ФТД	Факультативы	ОК-1; ОК-3; СПК-1
ФТД		ОК-1; ОК-3; СПК-1
ФТД.01	Теория аргументации	ОК-1; ОК-3
ФТД.02	Маркетинг услуг	СПК-1

	Итого						Курс 1	Курс 2	Курс 3
	Баз. %	Вар. %	ДВ(от Вар.)%	з.е.					
				Мин.	Макс.	Факт			
Итого (с факультативами)				100	151	123	49	50	24
Итого по ОП (без факультативов)				99	141	120	48	48	24
Дисциплины (модули)	27%	73%	39.5%	51	69	66	39	27	
Базовая часть				18	18	18	17	1	
Вариативная часть				33	51	48	22	26	
Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)	0%	100%	0%	42	63	45	9	21	15
Вариативная часть				42	63	45	9	21	15
Государственная итоговая аттестация				6	9	9			9
Базовая часть				6	9	9			9
Факультативы				1	10	3	1	2	
				1	10	3	1	2	
Процент ... занятий от аудиторных	лекционных					26.05%			
Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы					42.4	43	41.3	44.7
	в период гос. экзаменов								54
Контактная работа (акад.час/год)	ОП					96	170	40	
Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕНЫ (Экз)						6	5	2
	ЗАЧЕТЫ (За)						7	6	
	ЗАЧЕТЫ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)						1	4	2
	КУРСОВЫЕ РАБОТЫ (КР)						1	1	
	КОНТРОЛЬНЫЕ (К)						11	11	