

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Российский государственный гуманитарный университет"
(ФГАОУ ВО "РГГУ")

Институт экономики, управления и права

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

_____ П.П. Шкаренков

_____ 20__ г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

38.04.02

38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Управление маркетингом

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) _____

2025

Учебный год _____

2025-2026

Образовательный стандарт (ФГОС) _____

№ 952 от 12.08.2020

СОГЛАСОВАНО

Директор Департамента образовательной
деятельности _____

/ Н.К. Березина/

Декан _____

/ А.Б. Ильин/

Руководитель ОП _____

/ Л.А. Корчагова/

-	-	-	Формы пром. атт.				з.е.		Итого акад. часов							Курс 1		Курс 2		Курс 3			
			Экзам	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	720	720	2232	288		24	22	23	15	6		
Обязательная часть								33	33	1188	1188	264	264	816	108		15	13	5				
+	Б1.О.01	Методология исследовательской деятельности и академическая культура		2			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	Межкультурное взаимодействие		2			2	2	72	72	16	16	56			2							
+	Б1.О.04	Математические модели в теории управления и исследование операций	1				3	3	108	108	24	24	66	18	3								
+	Б1.О.05	Современные концепции и проблемы российского менеджмента	1				3	3	108	108	24	24	66	18	3								
+	Б1.О.06	Организация и информационное обеспечение исследовательской деятельности	1				3	3	108	108	24	24	66	18	3								
+	Б1.О.07	Разработка и принятие управленческих решений			2		3	3	108	108	24	24	84			3							
+	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	456	456	1416	180	9	9	18	15	6			
+	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	66	18		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				3	3	108	108	24	24	66	18				3					
+	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			3	3	108	108	24	24	84		3								
-	Б1.В.ДЭ.01.01	Эконометрика		1			3	3	108	108	24	24	84		3								
+	Б1.В.ДЭ.01.02	Статистические методы в маркетинге		1			3	3	108	108	24	24	84		3								
+	Б1.В.ДЭ.02	Элективные дисциплины (модули)	5				3	3	108	108	24	24	66	18					3				
+	Б1.В.ДЭ.02.01	Внутренний маркетинг	5				3	3	108	108	24	24	66	18					3				

-	Б1.В.ДЭ.02.02	Приемы и методы связей с общественностью в маркетинге	5				3	3	108	108	24	24	66	18					3		
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)	Учебная практика (Научно-исследовательская работа)			2		3	3	108	108	4		104		<u>108</u>		3				
+	Б2.О.02(П)	Производственная практика (Педагогическая практика)			4		3	3	108	108	4		104		<u>108</u>				3		
+	Б2.О.03(П)	Производственная практика (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)	Производственная практика (Научно-исследовательская работа)			3		3	3	108	108	4		104		<u>108</u>			3			
+	Б2.В.02(П)	Производственная практика (Преддипломная практика)			5		6	6	216	216	8		208		<u>216</u>					6	
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				