МИНИСТЕРСТВО ИНОСТРАННЫХ ДЕЛ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации"

УТВЕРЖДАЮ

Ректор _____ *Торкунов А.В.*

"27" марта 2025 г.

План одобрен Ученым советом вуза

Протокол № 41/25 от 27.03.2025

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

38.04.06

38.04.06 Торговое дело

Направленность (профиль) программы: "Отраслевой маркетинг товаров и услуг"

Факультет: Институт маркетинга и предпринимательства

Квалификация: магистр
Форма обучения: Очная
Срок обучения: 2г

Год начала подготовки 2025

Образовательный стандарт ОС ВО МГИМО МИД России

13.06.2019

СОГЛАСОВАНО

Первый проректор _____ /Толстопятенко Г.П./

Заместитель начальника Контрольно-методического управления - начальник методического отдела _____ /Бушуев С.А./

Директор ИМИП _____ /Хотяшева О.М./

Руководитель магистерской программы _____ /Хотяшева О.М./

-	-	Формы пром. атт.				з.е.	-	Итого акад.часов		Курс 1				Курс 2			
										Семестр 1		Семестр 2		Семестр 3		Семестр 4	
Индекс	Наименование	Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспертное	Часов в з.е.	По плану	Пр. подгот	з.е.	Итого	з.е.	Итого	з.е.	Итого	з.е.	Итого
Блок 1.Дисциплины (модули)						70		2940	8	24	1008	26	1092	20	840		
Обязательная часть						17		714		3	126	9	378	5	210		
Б1.О.01	Иностранный язык	23	1			9	42	378		3	126	3	126	3	126		
Б1.О.02	Управление продажами		2			2	42	84				2	84				
Б1.О.03	Современные технологии в ритейле		2			2	42	84				2	84				
Б1.О.04	Современные технологии в рекламе		3			2	42	84						2	84		
Б1.О.05	Практикум по современным технологиям в ритейле		2			2	42	84				2	84				
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						53		2226	8	21	882	17	714	15	630		
Б1.В.01	Макро- и микротренды в маркетинге	1				3	42	126		3	126						
Б1.В.02	Продакт менеджмент	1				3	42	126		3	126						
Б1.В.03	Клиентоцентричность в сфере услуг	1				3	42	126		3	126						
Б1.В.04	Event-менеджмент		1			2	42	84		2	84						
Б1.В.05	Карьерное профилирование		1			2	42	84		2	84						
Б1.В.06	Нейромаркетинг	2	1			5	42	210		2	84	3	126				
Б1.В.07	Интернет-маркетинг	2	1			5	42	210		2	84	3	126				
Б1.В.08	Финансовое моделирование	2	1			5	42	210		2	84	3	126				
Б1.В.09	Практикум по финансовому моделированию		1			2	42	84		2	84						
Б1.В.10	Практика защиты интеллектуальной собственности	2				3	42	126				3	126				
Б1.В.11	Партнерский маркетинг		2			2	42	84				2	84				
Б1.В.12	Стратегический маркетинг	3				3	42	126						3	126		
Б1.В.13	Инфлюенс-маркетинг		3			2	42	84						2	84		
Б1.В.14	Разработка мультилендинга на Tilda и Web-аналитика		3			2	42	84						2	84		
Б1.В.15	Онлайн-торговля и маркетплейсы		3			2	42	84						2	84		
Б1.В.ДЭ.01	**Элективные дисциплины (модули) 01 (ДЭ.01)**		**2**			3		**126**				3	**126**				
Б1.В.ДЭ.01.01	Введение в специализацию "Маркетинг в индустрии развлечений"		2			3	42	126				3	126				

УЧЕБНЫЙ ПЛАН магистратуры, код направления 38.04.06, Отраслевой маркетинг товаров и услуг, год начала подготовки 2025

-	-	Формы пром. атт.				з.е.	-	Итого акад.часов		Курс 1				Курс 2			
										Семестр 1		Семестр 2		Семестр 3		Семестр 4	
Индекс	Наименование	Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспертное	Часов в з.е.	По плану	Пр. подгот	з.е.	Итого	з.е.	Итого	з.е.	Итого	з.е.	Итого
Б1.В.ДЭ.01.02	Введение в специализацию "Маркетинг в индустрии гостеприимства"		2			3	42	126				3	126				
Б1.В.ДЭ.01.03	Введение в специализацию "Маркетинг товаров категории люкс"		2			3	42	126				3	126				
Б1.В.ДЭ.01.04	Введение в специализацию "Отраслевой Нейромаркетинг"		2			3	42	126				3	126				
Б1.В.ДЭ.01.05	Введение в специализацию "Предпринимательство"		2			3	42	126				3	126				
Б1.В.ДЭ.01.06	Введение в специализацию "Digital-Маркетинг"		2			3	42	126				3	126				
Б1.В.ДЭ.01.07	Введение в специализацию "Маркетинг в индустрии спорта"		2			3	42	126				3	126				
Б1.В.ДЭ.02	**Элективные дисциплины (модули) 02 (ДЭ.02)**		**3**			2		**84**						2	**84**		
Б1.В.ДЭ.02.01	Практикум маркетинг в индустрии развлечений		3			2	42	84						2	84		
Б1.В.ДЭ.02.02	Практикум Маркетинг в индустрии гостеприимства		3			2	42	84						2	84		
Б1.В.ДЭ.02.03	Практикум Маркетинг товаров категории люкс		3			2	42	84						2	84		
Б1.В.ДЭ.02.04	Практикум Отраслевой нейромаркетинг		3			2	42	84						2	84		
Б1.В.ДЭ.02.05	Практикум Предпринимательство		3			2	42	84						2	84		
Б1.В.ДЭ.02.06	Практикум Digital маркетинг		3			2	42	84						2	84		
Б1.В.ДЭ.02.07	Практикум Маркетинг в индустрии спорта		3			2	42	84						2	84		
Б1.В.ДЭ.03	**Элективные дисциплины (модули) 03 (ДЭ.03)**	**3**				4		**168**	**8**					4	**168**		
Б1.В.ДЭ.03.01	Маркетинг в индустрии развлечений	3				4	42	168	8					4	168		
Б1.В.ДЭ.03.02	Маркетинг в индустрии гостеприимства	3				4	42	168	8					4	168		
Б1.В.ДЭ.03.03	Маркетинг товаров категории люкс	3				4	42	168	8					4	168		
Б1.В.ДЭ.03.04	Отраслевой Нейромаркетинг	3				4	42	168	8					4	168		
Б1.В.ДЭ.03.05	Предпринимательство	3				4	42	168	8					4	168		
Б1.В.ДЭ.03.06	Digital-Маркетинг	3				4	42	168	8					4	168		
Б1.В.ДЭ.03.07	Маркетинг в индустрии спорта	3				4	42	168						4	168		

УЧЕБНЫЙ ПЛАН магистратуры, код направления 38.04.06, Отраслевой маркетинг товаров и услуг, год начала подготовки 2025

-	-	Формы пром. атт.				з.е.	-	Итого акад.часов		Курс 1				Курс 2			
										Семестр 1		Семестр 2		Семестр 3		Семестр 4	
Индекс	Наименование	Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспертное	Часов в з.е.	По плану	Пр. подгот	з.е.	Итого	з.е.	Итого	з.е.	Итого	з.е.	Итого
Блок 2.Практика						44		1848		6	252	4	168	10	420	24	1008
Обязательная часть						10		420		6	252	4	168				
Б2.О.01	**Учебная практика**		**12**			10		**420**		6	**252**	4	**168**				
Б2.О.01.01(У)	Научно-исследовательская работа (получение навыков научно-исследовательской работы)		12			10	42	420		6	252	4	168				
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						34		1428						10	420	24	1008
Б2.В.01	**Производственная практика**		**3**	**4**		34		**1428**						10	**420**	24	**1008**
Б2.В.01.01(П)	Научно-исследовательская работа (по теме выпускной квалификационной работы)		3			10	42	420						10	420		
Б2.В.01.02(Пд)	Преддипломная практика			4		24	42	1008								24	1008
Блок 3.Государственная итоговая аттестация						6		252								6	252
Б3.01(Г)	Подготовка в сдаче и сдача итогового государственного междисциплинарного экзамена по направлению подготовки					3	42	126								3	126
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы					3	42	126								3	126
ФТД.Факультативы						3		126		1	42	1	42	1	42		
ФТД.01	Программирование Python для маркетологов		123			3	42	126		1	42	1	42	1	42		

СВОДНЫЕ ДАННЫЕ УЧЕБНЫЙ ПЛАН магистратуры, код направления 38.04.06, Отраслевой маркетинг товаров и услуг, год начала подготовки 2025

		Итого					Курс 1			Курс 2		
		Баз.%	Вар.%	ДЭ(от Вар.)%	з.е.		Всего	Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4
					Не менее	Факт						
	Итого (с факультативами)				88	123	62	31	31	61	31	30
	Итого по ОП (без факультативов)				87	120	60	30	30	60	30	30
Б1	Дисциплины (модули)	24%	76%	16.9%	60	70	50	24	26	20	20	
Б1.О	Обязательная часть					17	12	3	9	5	5	
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений					53	38	21	17	15	15	
Б2	Практика	23%	77%	0%	21	44	10	6	4	34	10	24
Б2.О	Обязательная часть					10	10	6	4			
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений					34				34	10	24
Б3	Государственная итоговая аттестация				6	6				6		6
ФТД	Факультативы				1	3	2	1	1	1	1	
	Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)				63.7	-	64.2	62.4	-	64.2	
		ОП, факультативы (в период экз. сессий)				63	-	63	63	-	63	
		в период гос. экзаменов					-			-		63
	Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП				15.7	-	16	18.7	-	12.6	
	Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1				812	-	280	312	-	220	
		Блок Б2				18	-	2	2	-	2	12
		Блок Б3					-			-		
		Блок ФТД				96	-	32	32	-	32	
		Итого по всем блокам				926	-	314	346	-	254	12
	Обязательные формы промежуточной аттестации	ЭКЗАМЕН (Эк)					8	3	5	3	3	
		ЗАЧЕТ (За)					14	8	6	6	6	
		ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)								1		1
	Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных				11.09%						
	Объём обязательной части от общего объёма программы (%)					22.5%						
	Объём конт. работы от общего объёма времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)					27.62%						