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.*

"13" марта 2026 г.

План одобрен Ученым советом вуза

Протокол № 06/26 от 25.03.2026

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 2026

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./

Учебный план магистратуры, код направления 38.04.06, программа магистратуры: Отраслевой маркетинг товаров и услуг, год начала подготовки 2026

-	-	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 Thilda 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				

-	-	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.01.08	Введение в специализацию "Маркетинг в индустрии здоровья"		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.02.08	Практикум "Маркетинг в индустрии здоровья"		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		

-	-	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.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	8					4	168		
Б1.В.ДЭ.03.08	"Маркетинг в индустрии здоровья"	3				4	42	168	8					4	168		
Блок 2.Практика						44		1848		6	252	4	168	9	378	25	1050
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 первичных навыков научно-исследовательской работы)		12			10	42	420		6	252	4	168				
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						34		1428						9	378	25	1050
Б2.В.01	**Производственная практика**		**3**	**4**		34		**1428**						9	**378**	25	**1050**
Б2.В.01.01(П)	Научно-исследовательская работа		3			9	42	378						9	378		
Б2.В.01.02(Пд)	Преддипломная практика			4		25	42	1050								25	1050
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						5		210		1	42	3	126	1	42		
ФТД.01	Программирование Python для маркетологов		123			3	42	126		1	42	1	42	1	42		
ФТД.02	Генеративные нейросети в маркетинге		2			2	42	84				2	84				

СВОДНЫЕ ДАННЫЕ Учебный план магистратуры, код направления 38.04.06, программа магистратуры: Отраслевой маркетинг товаров и услуг, год начала подготовки 2026

	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	125	64	31	33	61	30	31
Итого по ОП (без факультативов)				87	120	60	30	30	60	29	31
Дисциплины (модули)	24%	76%	16.9%	60	70	50	24	26	20	20	
Обязательная часть					17	12	3	9	5	5	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений					53	38	21	17	15	15	
Практика	23%	77%	0%	21	44	10	6	4	34	9	25
Обязательная часть					10	10	6	4			
Часть, формируемая участниками образовательных отношений					34				34	9	25
Государственная итоговая аттестация				6	6				6		6
Факультативы				1	5	4	1	3	1	1	

Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)	63	-	64.8	61.8	-	62.4	
	ОП, факультативы (в период экз. сессий)	63	-	63	63	-	63	
	в период гос. экзаменов		-			-		63
Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП	15.5	-	16.2	17.6	-	12.7	
Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1	796	-	280	296	-	220	
	Блок Б2	18	-	2	2	-	2	12
	Блок Б3		-			-		
	Блок ФТД	120	-	32	56	-	32	
	Итого по всем блокам	934	-	314	354	-	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	10.31%	
Объём обязательной части от общего объёма программы (%)		22.5%	
Объём конт. работы от общего объёма времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)		27.07%	