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* 20 25 *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: "Цифровой маркетинг"

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 _____ */Слесарев М.А./*

-	-	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)						69		2898	6	24	1008	25	1050	20	840		
Обязательная часть						26		1092		8	336	9	378	9	378		
Б1.О.01	Иностранный язык	23	1			9	42	378		3	126	3	126	3	126		
Б1.О.02	Программирование Python для маркетологов	123				9	42	378		3	126	3	126	3	126		
Б1.О.03	Интернет-маркетинг	2	1			5	42	210		2	84	3	126				
Б1.О.04	Поисковый маркетинг и SEO	3				3	42	126						3	126		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						43		1806	6	16	672	16	672	11	462		
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	Основы цифрового дизайна		1			2	42	84		2	84						
Б1.В.04	Карьерное профилирование		1			2	42	84		2	84						
Б1.В.05	Нейромаркетинг	2	1			5	42	210		2	84	3	126				
Б1.В.06	Финансовое моделирование	2	1			5	42	210		2	84	3	126				
Б1.В.07	Практикум по финансовому моделированию		1			2	42	84		2	84						
Б1.В.08	Партнерский маркетинг		2			2	42	84				2	84				
Б1.В.09	Современные технологии в ритейле		2			2	42	84				2	84				
Б1.В.10	Стратегический маркетинг	3				3	42	126						3	126		
Б1.В.11	Инфлюенс-маркетинг		3			2	42	84						2	84		
Б1.В.12	Разработка мультилендинга на Thilda и Web-аналитика		3			2	42	84						2	84		
Б1.В.13	Онлайн-торговля и маркетплейсы		3			2	42	84						2	84		
Б1.В.14	Практикум по современным технологиям в ритейле		2			2	42	84				2	84				
Б1.В.ДЭ.01	**Элективные дисциплины (модули) 01 (ДЭ.01)**		**2**			2		**84**				2	**84**				
Б1.В.ДЭ.01.01	Маркетинг в соцсетях		2			2	42	84				2	84				
Б1.В.ДЭ.01.02	Клиентоцентричность в сфере услуг		2			2	42	84				2	84				
Б1.В.ДЭ.02	**Элективные дисциплины (модули) 02 (ДЭ.02)**		**2**			2		**84**				2	**84**				
Б1.В.ДЭ.02.01	Генеративные нейросети в маркетинге		2			2	42	84				2	84				

-	-	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.02.02	Современные технологии в рекламе		2			2	42	84				2	84				
Б1.В.ДЭ.03	**Элективные дисциплины (модули) 03 (ДЭ.03)**		**3**			2		**84**	**6**					2	**84**		
Б1.В.ДЭ.03.01	Управление репутацией в сети		3			2	42	84	6					2	84		
Б1.В.ДЭ.03.02	Управление продажами		3			2	42	84	6					2	84		
Блок 2.Практика						45		1890		6	252	5	210	10	420	24	1008
Обязательная часть						11		462		6	252	5	210				
Б2.О.01	**Учебная практика**		**12**			11		**462**		6	**252**	5	**210**				
Б2.О.01.01(У)	Научно-исследовательская работа (получение навыков научно-исследовательской работы)		12			11	42	462		6	252	5	210				
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						6		252				2	84	4	168		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений блока ФТД						6		252				2	84	4	168		
ФТД.В.ДЭ.01	**Элективные дисциплины (модули) 01 (ДЭ.01)**		**2**			2		**84**				2	**84**				
ФТД.В.ДЭ.01.01	Маркетинг в индустрии гостеприимства		2			2	42	84				2	84				
ФТД.В.ДЭ.01.02	Маркетинг в индустрии развлечений		2			2	42	84				2	84				
ФТД.В.ДЭ.01.03	Маркетинг товаров категории люкс		2			2	42	84				2	84				
ФТД.В.ДЭ.01.04	Маркетинг в индустрии спорта		2			2	42	84				2	84				

-	-	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
ФТД.В.ДЭ.02	**Элективные дисциплины (модули) 02 (ДЭ.02)**	**3**				3		**126**						3	**126**		
ФТД.В.ДЭ.02.01	Маркетинг в индустрии гостеприимства	3				3	42	126						3	126		
ФТД.В.ДЭ.02.02	Маркетинг в индустрии развлечений	3				3	42	126						3	126		
ФТД.В.ДЭ.02.03	Маркетинг товаров категории люкс	3				3	42	126						3	126		
ФТД.В.ДЭ.02.04	Маркетинг в индустрии спорта	3				3	42	126						3	126		
ФТД.В.ДЭ.02.05	Отраслевой нейромаркетинг	3				3	42	126						3	126		
ФТД.В.ДЭ.03	**Элективные дисциплины (модули) 03 (ДЭ.03)**		**3**			1		**42**						1	**42**		
ФТД.В.ДЭ.03.01	Практикум Маркетинг в индустрии гостеприимства		3			1	42	42						1	42		
ФТД.В.ДЭ.03.02	Практикум маркетинг в индустрии развлечений		3			1	42	42						1	42		
ФТД.В.ДЭ.03.03	Практикум Маркетинг товаров категории люкс		3			1	42	42						1	42		
ФТД.В.ДЭ.03.04	Практикум Маркетинг в индустрии спорта		3			1	42	42						1	42		
ФТД.В.ДЭ.03.05	Практикум Отраслевой нейромаркетинг		3			1	42	42						1	42		

СВОДНЫЕ ДАННЫЕ Учебный план магистратуры, код направления 38.04.06, программа магистратуры: Цифровой маркетинг, 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	126	62	30	32	64	34	30
Итого по ОП (без факультативов)				87	120	60	30	30	60	30	30
Дисциплины (модули)	38%	62%	13.9%	60	69	49	24	25	20	20	
Обязательная часть					26	17	8	9	9	9	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений					43	32	16	16	11	11	
Практика	24%	76%	0%	21	45	11	6	5	34	10	24
Обязательная часть					11	11	6	5			
Часть, формируемая участниками образовательных отношений					34				34	10	24
Государственная итоговая аттестация				6	6				6		6
Факультативы				1	6	2		2	4	4	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений блока ФТД					6	2		2	4	4	
Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)				63.7	-	64.2	62.4	-	64.3	
	ОП, факультативы (в период экз. сессий)				63	-	63	63	-	63	
	в период гос. экзаменов					-			-		63
Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП				15.8	-	15.6	17.5	-	14.3	
Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1				804	-	272	292	-	240	
	Блок Б2				18	-	2	2	-	2	12
	Блок Б3					-			-		
	Блок ФТД				64	-		32	-	32	
	Итого по всем блокам				886	-	274	326	-	274	12
Обязательные формы промежуточной аттестации	ЭКЗАМЕН (Эк)					8	3	5	4	4	
	ЗАЧЕТ (За)					14	8	6	5	5	
	ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)								1		1
Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных				7.97%						
Объём обязательной части от общего объёма программы (%)					30.8%						
Объём конт. работы от общего объёма времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)					27.74%						