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.*

"25" 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: "Цифровой маркетинг"

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 _____ */Голстопятенко 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)						72		3024	6	27	1134	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						46		1932	6	19	798	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.15	Клиентоцентричность в сфере услуг	1				3	42	126		3	126						
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	Управление репутацией в сети		2			2	42	84				2	84				
Б1.В.ДЭ.02	**Элективные дисциплины (модули) 02 (ДЭ.02)**		**2**			2		**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.02.01	Генеративные нейросети в маркетинге		2			2	42	84				2	84				
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	Контекстная реклама		3			2	42	84	6					2	84		
Б1.В.ДЭ.03.02	Управление продажами		3			2	42	84	6					2	84		
Блок 2.Практика						42		1764		3	126	5	210	9	378	25	1050
Обязательная часть						8		336		3	126	5	210				
Б2.О.01	**Учебная практика**		**12**			8		**336**		3	**126**	5	**210**				
Б2.О.01.01(У)	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)		12			8	42	336		3	126	5	210				
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	4	168		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений блока ФТД						5		210				1	42	4	168		
ФТД.В.ДЭ.01	**Элективные дисциплины (модули) 01 (ДЭ.01)**		**2**			1		**42**				1	**42**				
ФТД.В.ДЭ.01.01	Введение в специализацию "Маркетинг в индустрии гостеприимства"		2			1	42	42				1	42				
ФТД.В.ДЭ.01.02	Введение в специализацию "Маркетинг в индустрии развлечений"		2			1	42	42				1	42				

-	-	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.01.03	Введение в специализацию "Маркетинг товаров категории люкс"		2			1	42	42				1	42				
ФТД.В.ДЭ.01.04	Введение в специализацию "Маркетинг в индустрии спорта"		2			1	42	42				1	42				
ФТД.В.ДЭ.01.05	Введение в специализацию "Отраслевой Нейромаркетинг"		2			1	42	42				1	42				
ФТД.В.ДЭ.01.06	Введение в специализацию "Маркетинг в индустрии здоровья"		2			1	42	42				1	42				
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.02.06	"Маркетинг в индустрии здоровья"	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		
ФТД.В.ДЭ.03.06	Практикум "Маркетинг в индустрии здоровья"		3			1	42	42						1	42		

СВОДНЫЕ ДАННЫЕ Учебный план магистратуры, код направления 38.04.06, программа магистратуры: Цифровой маркетинг, 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	61	30	31	64	33	31
Итого по ОП (без факультативов)				87	120	60	30	30	60	29	31
Дисциплины (модули)	36%	64%	13%	60	72	52	27	25	20	20	
Обязательная часть					26	17	8	9	9	9	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений					46	35	19	16	11	11	
Практика	19%	81%	0%	21	42	8	3	5	34	9	25
Обязательная часть					8	8	3	5			
Часть, формируемая участниками образовательных отношений					34				34	9	25
Государственная итоговая аттестация				6	6				6		6
Факультативы				1	5	1		1	4	4	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений блока ФТД					5	1		1	4	4	

Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)	63	-	64.9	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	16.7	-	18	17.8	-	14.4	
Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1	840	-	300	300	-	240	
	Блок Б2	18	-	2	2	-	2	12
	Блок Б3		-			-		
	Блок ФТД	64	-		32	-	32	
	Итого по всем блокам	922	-	302	334	-	274	12
Обязательные формы промежуточной аттестации	ЭКЗАМЕН (Эк)		9	4	5	4	4	
	ЗАЧЕТ (За)		14	8	6	5	5	
	ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)					1		1
Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных	7.62%						
Объём обязательной части от общего объёма программы (%)		28.3%						
Объём конт. работы от общего объёма времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)		27.78%						