

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

Российский университет дружбы народов  
Экономический факультет

План одобрен Ученым советом ОУП

Протокол № 6 от 28.01.2020

38.04.02

## УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

Менеджмент

Современный маркетинг и управление продажами

Кафедра: Кафедра маркетинга  
Факультет: \*Экономический факультет

Квалификация: <u>Магистр</u>
Программа подготовки: <u>прикладная магистратура</u>
Форма обучения: <u>Очно-заочная</u>
Срок получения образования: <u>2г 5м</u>

+	Типы задач профессиональной деятельности
+	аналитическая
+	организационно-управленческая

Год начала подготовки (по учебному плану) 2020  
Учебный год 2020-2021  
Образовательный стандарт (СУОС) ОС ВО РУДН №133 от 05.03.2020

**СОГЛАСОВАНО**

/ Начальник УОП \_\_\_\_\_ / Игнатъев О.В./  
Декан \_\_\_\_\_ / Мосейкин Ю.Н./  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ / Зобов А.М./  
Председатель МССН \_\_\_\_\_ / Зобов А.М./  
Руководитель магистерской программы \_\_\_\_\_ / Зобов А.М./



Проректор по УР \_\_\_\_\_ Сибремов А.П.



Индекс	Наименование	Форма контроля				з.е.		Курс 1										Курс 2										Курс 3												
		Экзам мен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Эксперт ные	Факт	Сем. 1					Сем. 2					Сем. 3					Сем. 4					Сем. 5					Сем. 6							
								з.е.	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	з.е.	Лек	Лаб
<b>Блок 1. Дисциплины (модули)</b>																																								
<b>Обязательная часть</b>																																								
Б1.0.01	Управленческая экономика	2				3	3								3	18																								
Б1.0.02	Методология исследования проблем управления	1				3	3	3	16		16	49	27																											
Б1.0.03	Теория организации управления	2				3	3							3	18																									
Б1.0.04	Современный стратегический анализ	4				3	3																			3	18			18										
Б1.0.05	Профессиональный иностранный язык	3	2	1		6	6	2			32	13	27	2												2						17		55						
						18	18	5	16		48	62	54	8	36		54	198								2						17		55		3	18	18	72	
<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>																																								
Б1.В.01	Анализ конкурентной среды компании	1				3	3	3			16	92																												
Б1.В.02	Экономическая теория на современном этапе	1				2	2	2	16		16	13	27																											
Б1.В.03	Управление продажами	2			2	4	4							4	18																									
Б1.В.04	Ценообразование	4				3	3																			3								18		90				
Б1.В.05	Маркетинговое планирование	3				3	3																		3	17			17		74									
Б1.В.06	Поведение потребителей	4				3	3																		3	18			18											
Б1.В.07	Управление маркетингом	3			3	4	4																		4	17			17		110									
Б1.В.08	Маркетинговые метрики	1				2	2	2	16		16	13	27																											
Б1.В.09	Интернет-Маркетинг	4			4	4	4																		4	18			18									108		
Б1.В.10	Маркетинговые исследования	2				3	3							3	18																							18	72	
Б1.В.11	Интегрированные маркетинговые коммуникации	3				3	3																		3	17			17		74									
Б1.В.ДВ.01	<b>Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)</b>			2		3	3							3																								18	90	
Б1.В.ДВ.01.01	Торговый маркетинг			2		3	3							3																								18	90	
Б1.В.ДВ.01.02	Бенчмаркинг и конкурентная разведка			2		3	3							3																								18	90	
Б1.В.ДВ.02	<b>Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)</b>			4		2	2																		2													18	54	
Б1.В.ДВ.02.01	Управление маркетинговыми проектами			4		2	2																		2													18	54	
Б1.В.ДВ.02.02	Основы электронной коммерции			4		2	2																		2													18	54	
Б1.В.ДВ.03	<b>Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)</b>			4		2	2																		2													18	54	
Б1.В.ДВ.03.01	Маркетинг услуг			4		2	2																		2													18	54	
Б1.В.ДВ.03.02	Маркетинг оптово-розничной торговли			4		2	2																		2													18	54	
Б1.В.ДВ.04	<b>Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)</b>			4		2	2																		2													18	54	
Б1.В.ДВ.04.01	Социально-этический маркетинг			4		2	2																		2													18	54	
Б1.В.ДВ.04.02	Кросскультурный маркетинг			4		2	2																		2													18	54	
Б1.В.ДВ.05	<b>Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)</b>			3		3	3							3																								17	91	
Б1.В.ДВ.05.01	Событийный маркетинг			3		3	3							3																								17	91	
Б1.В.ДВ.05.02	Категорийный маркетинг			3		3	3							3																							17	91		
Б1.В.ДВ.06	<b>Дисциплины (модули) по выбору 6 (ДВ.6)</b>			4		2	2																		2													18	54	
Б1.В.ДВ.06.01	Международный маркетинг			4		2	2																		2													18	54	
Б1.В.ДВ.06.02	B2B маркетинг			4		2	2																		2												18	54		
						48	48	7	32		48	118	54	10	36		54	270							13	51			68	349				18	36	126	486			
						66	66	12	48		96	180	108	18	72		108	468							15	51			85	404			21	54	144	558				
<b>Блок 2. Практика</b>																																								
<b>Обязательная часть</b>																																								
Б2.0.01(П)	НИРМ			1234				30	30	12					432		6																							
Б2.0.02(П)	Преддипломная практика			5				18	18																													18		648
						48	48	12							432		6																					18		648
						48	48	12							432		6																					18		648
<b>Блок 3. Государственная итоговая аттестация</b>																																								
Б3.01	Государственный экзамен					3	3																															3		108
Б3.02	Подготовка и защита ВКР					3	3																															3		108
						6	6																															6		216
						6	6																															6		216