

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Российский университет дружбы народов
Экономический факультет

УТВЕРЖДАЮ

Первый
проректор -
проректор по
образовательной
деятельности



Обзеева Ю.Н.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

План одобрен Ученым советом ОУП

Протокол № 5 от 13.12.2022

по программе магистратуры

38.04.02

Менеджмент

Международный маркетинг - менеджмент (англ.яз.) / International marketing - management
с - Федеральный университет Флуминенсе

Кафедра: Кафедра маркетинга
Факультет: Экономический факультет

Квалификация: магистр

Форма обучения: Очная

Срок получения образования: 2 г.

Основной + Типы задач профессиональной деятельности

информационно-аналитический

организационно-управленческий

Год начала подготовки (по учебному плану) _____

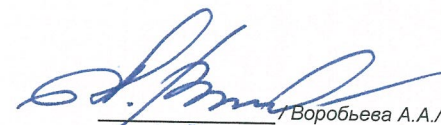
2023

Образовательный стандарт (ФГОС) _____

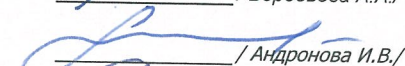
№ 371 от 21.05.2021

СОГЛАСОВАНО

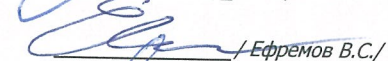
Начальник УОП _____

 / Воробьева А.А./

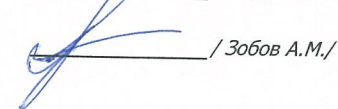
Декан _____

 / Андропова И.В./

Председатель МССН _____

 / Ефремов В.С./

Руководитель магистерской программы _____

 / Зобов А.М./

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 29.05.2023 15:23:43
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a9894ae188

План Учебный план магистратуры '38.04.02_Международный маркетинг - менеджмент_2023.rlx', код направления 38.04.02, год начала подготовки 2023

Считать в плане	Индекс	Наименование	Форма контроля					з.е.		Курс 1										Курс 2										
			Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспертное	Факт	Семестр 1 [18 нед]					Семестр 2 [18 нед]					Семестр 3 [18 нед]					Семестр 4 [18 нед]						
									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
Блок 1. Дисциплины (модули)																														
Обязательная часть																														
							63	63	24	108		180	468	108	18	72		144	324	108	21	72		180	396	108				
Обязательная часть																														
							52	52	20	90		162	360	108	14	54		108	252	90	18	54		144	342	108				
+	Б1.О.01	Базовая компонента	11123		12		18	18	11	54		126	135	81	5	18		54	81	27	2			18	27	27				
+	Б1.О.01.01	Managerial economics / Управленческая экономика	1				3	3	3	18		36	27	27																
+	Б1.О.01.02	Management Research Methodology / Методология исследования проблем управления	1				3	3	3	18		36	27	27																
+	Б1.О.01.03	Management organisation theory / Теория организации управления	1				3	3	3	18		36	27	27																
+	Б1.О.01.04	Strategic Analysis / Современный стратегический анализ	2				3	3						3	18		36	27	27											
+	Б1.О.01.05	Professionally Oriented Russian Language / Русский язык в профессиональной деятельности	3		12		6	6	2			18	54		2			18	54		2			18	27	27				
+	Б1.О.02	Вариативная компонента	123		123333	123	34	34	9	36		36	225	27	9	36		54	171	63	16	54		126	315	81				
+	Б1.О.02.01	Finance organizations / Финансы организаций			2		3	3						3	18		18	45	27											
+	Б1.О.02.02	Marketing Metrics (Marketing project effectiveness) / Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов)	1			1	6	6	6	18		18	153	27																
+	Б1.О.02.03	Marketing management in international companies / Оперативное маркетинговое планирование в международных компаниях	2			2	6	6						6	18		36	126	36											
+	Б1.О.02.04	Trade Marketing / Торговый маркетинг			1		3	3	3	18		18	72																	
+	Б1.О.02.05	Managerial Decision Making / Методы принятия управленческих решений	3				3	3													3	18		18	45	27				
+	Б1.О.02.06	Integrated Marketing communications in international companies / Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях			3	3	4	4													4	18		18	108					
+	Б1.О.02.07	Consumer behaviour / Поведение потребителя			3		4	4													4	18		18	81	27				
+	Б1.О.02.08	Corporate marketing at global markets / Корпоративный маркетинг на мировом рынке			3		2	2													2			36	36					
+	Б1.О.02.09	International Marketing / Международный маркетинг			3		3	3													3			36	45	27				
Часть, формируемая участниками образовательных отношений																														
+	Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)			1		4	4	4	18		18	108																	
+	Б1.В.ДВ.01.01	Content-marketing / Контент-маркетинг			1		4	4	4	18		18	108																	
-	Б1.В.ДВ.01.02	Digital marketing / Диджитал-маркетинг			1		4	4	4	18		18	108																	
+	Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)			2		4	4						4	18		36	72	18											
+	Б1.В.ДВ.02.01	Global consumer trends / Глобальные тенденции потребления			2		4	4						4	18		36	72	18											
-	Б1.В.ДВ.02.02	International logistics / Международная логистика			2		4	4						4	18		36	72	18											
+	Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)			3		3	3													3	18		36	54					
+	Б1.В.ДВ.03.01	Social marketing in globalization context / Социальный маркетинг в контексте глобализации			3		3	3													3	18		36	54					
-	Б1.В.ДВ.03.02	Corporate websites: creation and administration / Разработка и администрирование корпоративных сайтов			3		3	3													3	18		36	54					

