

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Дагестанский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

# УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Ректор \_\_\_\_\_ Рабаданов М.Х.  
" " \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

по программе магистратуры

38.04.02

38.04.02 Менеджмент

Направленность Маркетинг  
(профиль):

Квалификация: магистр

Год начала подготовки (по учебному плану) 2023

Форма обучения: Очно-заочная

Образовательный стандарт (ФГОС) № 952 от 12.08.2020

Срок получения образования: 2 г. 3 м.

Основной	Типы задач профессиональной деятельности
+	организационно-управленческий
-	информационно-аналитический
-	научно-исследовательский

СОГЛАСОВАНО

Проректор по учебной работе \_\_\_\_\_ / Гасанов М.М./

Начальник УМУ \_\_\_\_\_ / Гасангаджиева А.Г./

Декан \_\_\_\_\_ / Магомедбеков Г.У./

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ / Умавов Ю.Д./

Руководитель магистерской программы \_\_\_\_\_ / Нажмутдинова С.А./







№	Индекс	Наименование	Семестр 1										Семестр 2										Итого за курс										Каф.	Семестр										
			Контроль	Академических часов						з.е.	Неделя	Контроль	Академических часов						з.е.	Неделя	Контроль	Академических часов						з.е.	Неделя															
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	СР				Контр оль	Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр				СР	Контро ль	Всего	Кон такт.	Лек	Лаб			Пр	СР	Контро ль			Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	СР	Контро ль			
ИТОГО (с факультативами)				<b>972</b>							<b>27</b>	20		<b>864</b>								<b>24</b>	20		<b>1836</b>							<b>51</b>	40											
ИТОГО по ОП (без факультативов)				<b>972</b>						<b>27</b>				<b>864</b>										<b>24</b>			<b>1836</b>							<b>51</b>										
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)			<b>46.7</b>										<b>33.8</b>											<b>40.3</b>																			
	ОП, факультативы (в период экз. сес.)			<b>54</b>										<b>54</b>											<b>54</b>																			
	Аудиторная нагрузка			<b>8</b>										<b>7.9</b>											<b>8</b>																			
	Контактная работа			<b>8</b>										<b>7.9</b>											<b>8</b>																			
<b>ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)</b>				<b>756</b>	<b>116</b>	<b>44</b>		<b>72</b>	<b>568</b>	<b>72</b>	<b>21</b>	ТО: 14 2/3 Э: 1 1/3		<b>432</b>	<b>84</b>	<b>36</b>		<b>48</b>	<b>276</b>	<b>72</b>	<b>12</b>	ТО: 10 2/3 Э: 1 1/3		<b>1188</b>	<b>200</b>	<b>80</b>		<b>120</b>	<b>844</b>	<b>144</b>	<b>33</b>	ТО: 25 1/3 Э: 2 2/3												
1	Б1.О.01	Общенаучный модуль	За(2)	<b>180</b>	32	12		20	148		5		За	<b>108</b>	20	8		12	88		3		За(3)	<b>288</b>	52	20		32	236		8			123										
2	Б1.О.01.01	Методология и методы исследования в менеджменте											За	<b>108</b>	20	8		12	88		3			За	<b>108</b>	20	8		12	88			3		89	2								
3	Б1.О.01.02	Стратегический анализ развития бизнеса	За	<b>108</b>	16	6		10	92		3													За	<b>108</b>	16	6		10	92			3		89	1								
4	Б1.О.01.03	Экономико-математическое моделирование в менеджменте	За	<b>72</b>	16	6		10	56		2													За	<b>72</b>	16	6		10	56			2		92	1								
5	Б1.О.02	Базовый модуль направления	Эк За	<b>252</b>	36	14		22	180	36	7			Эк	<b>144</b>	22	10		12	86	36		4		Эк(2) За	<b>396</b>	58	24		34	266		72	11		123								
6	Б1.О.02.01	Современные проблемы менеджмента	Эк	<b>144</b>	18	6		12	90	36	4													Эк	<b>144</b>	18	6		12	90	36		4		89	1								
7	Б1.О.02.02	Управление проектами												Эк	<b>144</b>	22	10		12	86	36		4		Эк	<b>144</b>	22	10		12	86		36	4		89	2							
8	Б1.О.02.04	Конституционная стратегия развития управленческой деятельности	За	<b>108</b>	18	8		10	90		3													За	<b>108</b>	18	8		10	90			3		94	1								
9	Б1.В.01	Модуль профильной направленности	Эк За(2)	<b>324</b>	48	18		30	240	36	9			Эк	<b>108</b>	22	10		12	50	36		3		Эк(2) За(2)	<b>432</b>	70	28		42	290		72	12		1234								
10	Б1.В.01.01	Теория и методология маркетинговых исследований												Эк	<b>108</b>	22	10		12	50	36		3		Эк	<b>108</b>	22	10		12	50		36	3		93	2							
11	Б1.В.01.03	Маркетинговая логистика, современные методы и формы	За	<b>72</b>	16	6		10	56		2													За	<b>72</b>	16	6		10	56			2		93	1								
12	Б1.В.01.11	Аудит маркетинга	За	<b>108</b>	16	6		10	92		3													За	<b>108</b>	16	6		10	92			3		93	1								
13	Б1.В.01.12	Современные концепции маркетинга	Эк	<b>144</b>	16	6		10	92	36	4													Эк	<b>144</b>	16	6		10	92	36		4		93	1								
14	Б1.В.ДВ.01.01	Диджитал маркетинг												За	<b>72</b>	20	8		12	52			2		За	<b>72</b>	20	8		12	52			2		93	2							
15	Б1.В.ДВ.01.02	Реклама и ПР на рынке товаров и услуг												За	<b>72</b>	20	8		12	52			2		За	<b>72</b>	20	8		12	52			2		93	2							
<b>ФОРМЫ КОНТРОЛЯ</b>			Эк(2) За(5)										Эк(2) За(2)										Эк(4) За(7)																					
<b>ПРАКТИКИ</b>			(План)																																									
	Б2.О.01(У)	Учебная практика, ознакомительная	ЗаО	216					216		6	4		432						432		12	8		648					648		18	12											
	Б2.В.01(П)	Производственная практика, научно-исследовательская работа	ЗаО										ЗаО	432						432		12	8	ЗаО	432					432		12	8	93	2									
<b>ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ</b>			(План)																																									
<b>КАНИКУЛЫ</b>													2										8										10											

№	Индекс	Наименование	Семестр 3										Семестр 4										Итого за курс										Каф.	Семестр										
			Контроль	Академических часов						з.е.	Неделя	Контроль	Академических часов						з.е.	Неделя	Контроль	Академических часов						з.е.	Неделя															
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	СР				Контр оль	Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр				СР	Контро ль	Всего	Кон такт.	Лек	Лаб			Пр	СР	Контро ль												
ИТОГО (с факультативами)				<b>972</b>								<b>27</b>	20		<b>1044</b>									<b>29</b>	20		<b>2016</b>							<b>56</b>	40									
ИТОГО по ОП (без факультативов)				<b>900</b>								<b>25</b>			<b>1044</b>											<b>29</b>		<b>1944</b>								<b>54</b>								
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)		ОП, факультативы (в период ТО)		<b>48</b>											<b>48</b>												<b>48</b>																	
		ОП, факультативы (в период экз. сес.)		<b>54</b>											<b>54</b>												<b>54</b>																	
		Аудиторная нагрузка		<b>8</b>											<b>8</b>												<b>8</b>																	
		Контактная работа		<b>8</b>											<b>8</b>												<b>8</b>																	
<b>ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)</b>				<b>972</b>	<b>148</b>	<b>52</b>		<b>96</b>	<b>716</b>	<b>108</b>	<b>27</b>	ТО: 18 Э: 2		<b>396</b>	<b>48</b>	<b>16</b>		<b>32</b>	<b>240</b>	<b>108</b>	<b>11</b>	ТО: 6 Э: 2		<b>1368</b>	<b>196</b>	<b>68</b>		<b>128</b>	<b>956</b>	<b>216</b>	<b>38</b>	ТО: 24 Э: 4												
1	Б1.О.01	Общенаучный модуль	За	<b>72</b>	<b>10</b>			<b>10</b>	<b>62</b>		<b>2</b>															За	<b>72</b>	<b>10</b>			<b>10</b>		<b>62</b>		<b>2</b>					123				
2	Б1.О.01.04	Иностранный язык в профессиональной деятельности	За	<b>72</b>	<b>10</b>			<b>10</b>	<b>62</b>		<b>2</b>													За	<b>72</b>	<b>10</b>			<b>10</b>	<b>62</b>		<b>2</b>					81	3						
3	Б1.О.02	Базовый модуль направления	За(2)	<b>180</b>	<b>32</b>	<b>12</b>		<b>20</b>	<b>148</b>		<b>5</b>													За(2)	<b>180</b>	<b>32</b>	<b>12</b>		<b>20</b>	<b>148</b>		<b>5</b>					123							
4	Б1.О.02.03	Командная работа и эффективные коммуникации	За	<b>108</b>	<b>16</b>	<b>6</b>		<b>10</b>	<b>92</b>		<b>3</b>													За	<b>108</b>	<b>16</b>	<b>6</b>		<b>10</b>	<b>92</b>		<b>3</b>					89	3						
5	Б1.О.02.05	Теория организации и организационное поведение	За	<b>72</b>	<b>16</b>	<b>6</b>		<b>10</b>	<b>56</b>		<b>2</b>													За	<b>72</b>	<b>16</b>	<b>6</b>		<b>10</b>	<b>56</b>		<b>2</b>					89	3						
6	Б1.В.01	Модуль профильной направленности	Эк(2) За(2)	<b>396</b>	<b>62</b>	<b>22</b>		<b>40</b>	<b>262</b>	<b>72</b>	<b>11</b>		Эк(3) За КР	<b>396</b>	<b>48</b>	<b>16</b>		<b>32</b>	<b>240</b>	<b>108</b>	<b>11</b>		Эк(5) За(3) КР	<b>792</b>	<b>110</b>	<b>38</b>		<b>72</b>	<b>502</b>	<b>180</b>	<b>22</b>					1234								
7	Б1.В.01.02	Стратегическое планирование в маркетинге	За	<b>72</b>	<b>16</b>	<b>6</b>		<b>10</b>	<b>56</b>		<b>2</b>												За	<b>72</b>	<b>16</b>	<b>6</b>		<b>10</b>	<b>56</b>		<b>2</b>					93	3							
8	Б1.В.01.04	Маркетинговое управление продажами											Эк	<b>108</b>	<b>12</b>	<b>4</b>		<b>8</b>	<b>60</b>	<b>36</b>	<b>3</b>		Эк	<b>108</b>	<b>12</b>	<b>4</b>		<b>8</b>	<b>60</b>	<b>36</b>	<b>3</b>					93	4							
9	Б1.В.01.05	Управление маркетинговыми проектами	Эк	<b>108</b>	<b>16</b>	<b>6</b>		<b>10</b>	<b>56</b>	<b>36</b>	<b>3</b>												Эк	<b>108</b>	<b>16</b>	<b>6</b>		<b>10</b>	<b>56</b>	<b>36</b>	<b>3</b>					93	3							
10	Б1.В.01.06	Маркетинг на рынке товаров и услуг	Эк	<b>108</b>	<b>16</b>	<b>6</b>		<b>10</b>	<b>56</b>	<b>36</b>	<b>3</b>												Эк	<b>108</b>	<b>16</b>	<b>6</b>		<b>10</b>	<b>56</b>	<b>36</b>	<b>3</b>					93	3							
11	Б1.В.01.07	Управление брендом товаров и услуг											За	<b>72</b>	<b>12</b>	<b>4</b>		<b>8</b>	<b>60</b>		<b>2</b>		За	<b>72</b>	<b>12</b>	<b>4</b>		<b>8</b>	<b>60</b>		<b>2</b>					93	4							
12	Б1.В.01.08	Инновационный маркетинг товаров и услуг											Эк	<b>108</b>	<b>12</b>	<b>4</b>		<b>8</b>	<b>60</b>	<b>36</b>	<b>3</b>		Эк	<b>108</b>	<b>12</b>	<b>4</b>		<b>8</b>	<b>60</b>	<b>36</b>	<b>3</b>					93	4							
13	Б1.В.01.09	Маркетинг современных дестинаций											Эк КР	<b>108</b>	<b>12</b>	<b>4</b>		<b>8</b>	<b>60</b>	<b>36</b>	<b>3</b>		Эк КР	<b>108</b>	<b>12</b>	<b>4</b>		<b>8</b>	<b>60</b>	<b>36</b>	<b>3</b>					93	4							
14	Б1.В.01.10	Анализ поведения потребителей товаров и услуг	За	<b>108</b>	<b>14</b>	<b>4</b>		<b>10</b>	<b>94</b>		<b>3</b>												За	<b>108</b>	<b>14</b>	<b>4</b>		<b>10</b>	<b>94</b>		<b>3</b>					93	3							
15	Б1.В.ДВ.02.01	Коммуникационная политика в маркетинге	Эк	<b>108</b>	<b>14</b>	<b>6</b>		<b>8</b>	<b>58</b>	<b>36</b>	<b>3</b>												Эк	<b>108</b>	<b>14</b>	<b>6</b>		<b>8</b>	<b>58</b>	<b>36</b>	<b>3</b>					93	3							
16	Б1.В.ДВ.02.02	Современные методы стимулирование сбыта на предприятии	Эк	<b>108</b>	<b>14</b>	<b>6</b>		<b>8</b>	<b>58</b>	<b>36</b>	<b>3</b>												Эк	<b>108</b>	<b>14</b>	<b>6</b>		<b>8</b>	<b>58</b>	<b>36</b>	<b>3</b>					93	3							
17	Б1.В.ДВ.03.01	Маркетинг дестинации: Республика Дагестан	За	<b>72</b>	<b>12</b>	<b>4</b>		<b>8</b>	<b>60</b>		<b>2</b>												За	<b>72</b>	<b>12</b>	<b>4</b>		<b>8</b>	<b>60</b>		<b>2</b>					93	3							
18	Б1.В.ДВ.03.02	Маркетинг малых и средних городов	За	<b>72</b>	<b>12</b>	<b>4</b>		<b>8</b>	<b>60</b>		<b>2</b>												За	<b>72</b>	<b>12</b>	<b>4</b>		<b>8</b>	<b>60</b>		<b>2</b>					93	3							
19	Б1.В.ДВ.04.01	Методы расчета и анализ финансовых потоков (Онлайн-курс НОУ "ИНТУИТ")	За	<b>72</b>	<b>14</b>	<b>4</b>		<b>10</b>	<b>58</b>		<b>2</b>												За	<b>72</b>	<b>14</b>	<b>4</b>		<b>10</b>	<b>58</b>		<b>2</b>					3								
20	Б1.В.ДВ.04.02	Коммерциализация результатов инновационной деятельности (Онлайн-курс СПбГУ)	За	<b>72</b>	<b>14</b>	<b>4</b>		<b>10</b>	<b>58</b>		<b>2</b>												За	<b>72</b>	<b>14</b>	<b>4</b>		<b>10</b>	<b>58</b>		<b>2</b>					3								
21	ФТД.02	Актуальные проблемы современного маркетинга	За	<b>36</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			<b>34</b>		<b>1</b>												За	<b>36</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			<b>34</b>		<b>1</b>					93	3							
22	ФТД.03	Практикум: проблемы проектного управления	За	<b>36</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			<b>34</b>		<b>1</b>												За	<b>36</b>	<b>2</b>	<b>2</b>			<b>34</b>		<b>1</b>					89	3							
<b>ФОРМЫ КОНТРОЛЯ</b>			Эк(3) За(9)										Эк(3) За КР										Эк(6) За(10) КР																					
<b>ПРАКТИКИ</b>			(План)																																									
	Б2.О.02(П)	Производственная практика, технологическая ( проектно-технологическая )											ЗаО	<b>648</b>					<b>648</b>		<b>18</b>	<b>12</b>		ЗаО	<b>648</b>				<b>648</b>		<b>18</b>	<b>12</b>			<b>93</b>	<b>4</b>								
<b>ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ</b>			(План)																																									
<b>КАНИКУЛЫ</b>													1 4/6										8										9 4/6											



СВОДНЫЕ ДАННЫЕ Учебный план магистратуры '38.04.02 Мен(М)(В)23.plx', код направления 38.04.02, год начала подготовки 2023

		Итого					Курс 1			Курс 2			Курс 3			
		Баз.%	Вар.%	ДВ(от Вар.)%	з.е.		Всего	Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4	Всего	Сем. 5	Сем. 6	
					Не менее	Факт										
	Итого (с факультативами)				54	122	51	27	24	56	27	29	15	15		
	Итого по ОП (без факультативов)				54	120	51	27	24	54	25	29	15	15		
B1	Дисциплины (модули)	38%	62%	20.9%	54	69	33	21	12	36	25	11				
B1.O	Обязательная часть					26	19	12	7	7	7					
B1.B	Часть, формируемая участниками образовательных отношений					43	14	9	5	29	18	11				
B2	Практика	53%	47%	0%		45	18	6	12	18		18	9	9		
B2.O	Обязательная часть					24	6	6		18		18				
B2.B	Часть, формируемая участниками образовательных отношений					21	12		12				9	9		
B3	Государственная итоговая аттестация					6							6	6		
ФТД	Факультативные дисциплины					2				2	2					
	Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)				43	-	46.7	33.8	-	48	48	-			
		ОП, факультативы (в период экз. сессий)				54	-	54	54	-	54	54	-			
		в период гос. экзаменов					-			-			-			
	Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП				7.7	-	8	7.9	-	8	8	-			
	Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1				392	-	116	84	-	144	48	-			
		Блок Б2					-			-			-			
		Блок Б3					-			-			-			
		Блок ФТД				4	-			-	4		-			
		Итого по всем блокам				396	-	116	84	-	148	48	-			
	Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕН (Эк)					4	2	2	6	3	3				
		ЗАЧЕТ (За)					7	5	2	8	7	1				
		ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)					2	1	1	1		1	1	1	1	
		КУРСОВАЯ РАБОТА (КР)								1		1				
	Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных					36.74%									
		в интерактивной форме					13.7%									
	Объём обязательной части от общего объёма программы (%)						41.7%									
	Объём конт. работы от общего объёма времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)						15.78%									