

Утверждаю
Первый проректор
профессор

Г. Расторгуев Г.И.
Г. Направление: 38.04.02 Менеджмент

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

магистерская программа: Маркетинг

Форма обучения: заочная

Срок обучения: 2 года 5 месяцев

Квалификация: Магистр

Год начала подготовки: 2019 и последующие

Основной вид деятельности: научно-исследовательская

Ориентированность: программа академической магистратуры

№ п.п.	Наименование дисциплины	Шифр	Объем работы в часах											Виды самостоятельной работы				Экзамены	Зачеты	1 курс						2 курс		3 курс		4 курс		5 курс		6 курс		Кафедра, ведущая дисциплину
			в зачетных единицах	Всего	в т. ч. аудиторная						Самостоятельная работа	Курсовые проекты	Курсовые работы	Расчётно-графические задания (работы), рефераты	Контрольные работы	Число недель теоретического обучения в семестре																				
					В контактной форме		Лекции	Лаб. работы	Практики, семинары	в том числе, в активных формах						Аттестация	Консультации*			1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр	9 семестр	10 семестр	11 семестр						
					Лекции	Лаб. работы																									1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31						

Б1. Дисциплины (модули)

Базовая часть

1	История и методология менеджмента	Б1.1	4	144	32	4		6	4	2	20	112				1		1	2	10	6											КМ
2	Иностранный язык	Б1.2	4	144	21	2		10	8	2	7	123				1	1		2	12	10											ИЯ
3	Методы исследований в менеджменте	Б1.3	3	108	24	4		8	6	2	10	84			1			1	2	12	8											КМ
4	Правовые аспекты ведения бизнеса	Б1.4	3	108	26	4		10	8	2	10	82				3		3	2	2	12	10										Правоведения
5	Корпоративные информационные системы	Б1.5	4	144	28	4	10		8	2	12	116			3		3		2	2	12	10										КМ

Вариативная часть

6	Корпоративные финансы	Б1.В1.6	3	108	26	4		8	6	2	12	82				1	1		2	12	8											КМ
7	Корпоративное стратегическое управление	Б1.В1.7	3	108	26	4	8		2	2	12	82		1			1		2	12	8											КМ
8	Проблемы корпоративного управления в глобальной среде	Б1.В1.8	3	108	26	4		10	8	2	10	82				2		2	2	2	12	10										КМ

УУ: Ю

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
9	Теория решений изобретательских задач	Б1.В1.9	3	108	26	4		10	8	2	10	82				2		Д2	2	2	2	12	10							КМ
10	Стратегический маркетинг	Б1.В1.10	3	108	26	4		8	6	2	12	82				1	1		2	2	2	12	8							МиС
11	Эконометрическое моделирование в бизнесе	Б1.В1.11	3	108	26	2	12		10	2	10	82			2			Д2	2	2	2	12	10							МиС
12	Управление маркетинговыми коммуникациями	Б1.В1.12	3	108	26	4		10	8	2	10	82				2		Д2	2	2	2	12	10							МиС
13	Управление стоимостью бизнеса	Б1.В1.13	3	108	28	4		10	8	2	12	80			2		2		2	2	2	12	10							КМ
14	Интернет-маркетинг	Б1.В1.14	6	216	50	6	18		18	4	22	166		2		3	3	Д2	4	4	2	8	6	12	12					МиС

Вариативная часть (дисциплины по выбору)

15.1	Мерчендайзинг	Б1.В2.15.1	3	108	28	4		10	8	2	12	80			4		4				2	2	2	12	10					МиС
15.2	Современная теория брендинга	Б1.В2.15.2																												МиС

По выбору 1 из 2

16.1	Директ-маркетинг	Б1.В2.16.1	3	108	28	2		12	10	2	12	80			4		4				2	2	2	12	12					МиС
16.2	Международный маркетинг	Б1.В2.16.2																												МиС

По выбору 1 из 2

17.1	Деловые презентации и ораторское искусство	Б1.В2.17.1	3	108	26	2		12	10	2	10	82			4		4				2	2	2	12	12					КМ
17.2	Основы педагогики	Б1.В2.17.2																												ПиП

По выбору 1 из 2

18.1	Современные методы маркетинговых исследований	Б1.В2.18.1	3	108	28	4		10	8	2	12	80			4		4				2	2	2	12	10					МиС
18.2	Многоотраслевые интегрированные структуры	Б1.В2.18.2																												МиС
18.3	Технологии самоменеджмента	Б1.В2.18.3																												МиС

По выбору 1 из 3

19.1	Управление маркетингом	Б1.В2.19.1	3	108	28	4		10	8	2	12	80			4		4				2	2	2	12	10					МиС
19.2	Экономика маркетинга	Б1.В2.19.2																												МиС

По выбору 1 из 2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
20.1	Управление инновациями	Б1.В2.20.1	3	108	28	4		10	8	2	12	80	М3				3			2	2	2	12	10							КМ
20.2	Международное право	Б1.В2.20.2																				3	108								КМП

По выбору 1 из 2

21.1	Маркетинговая логистика	Б1.В2.21.1	3	108	26	4		10	8	2	10	82			3			Д3		2	2	2	12	10						МиС	
21.2	Управление продуктом	Б1.В2.21.2																					3	108							МиС

По выбору 1 из 2

Б2. Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР) Вариативная часть. Учебная практика

22	Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	Б2.В1.22	3	108	2					2		106						Д2				3	108								МиС
----	---	----------	---	-----	---	--	--	--	--	---	--	-----	--	--	--	--	--	----	--	--	--	---	-----	--	--	--	--	--	--	--	-----

Вариативная часть. Производственная практика

23	Производственная практика: научно-исследовательская работа	Б2.В1.23	24	864	10					10		854						Д1 Д2 Д3 Д4 Д5	4	144	3	108	2	72	9	324	6	216			МиС
24	Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая практика)	Б2.В1.24	6	216	2					2		214						Д3					6	216							МиС
25	Производственная (преддипломная) практика: научно-исследовательская работа	Б2.В1.25	9	324	2					2		322						Д5								9	324			МиС	

Б3. Государственная итоговая аттестация Базовая часть

26	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	Б3.26	3	108								108					Г														МиС
27	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	Б3.27	6	216								216												3	108						МиС

Факультативные дисциплины

28	Инновационный маркетинг	Ф.В1.28	2	72	36	4	8		3	4	20	36					1	2	4	8	4	4									КМ МиС
29	Философия	Ф.В1.29	2	72	28	8		6	4	2	12	44			3	3				1	36	1	36								Философии

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
30	Технология работы с научной информацией	Ф.В1.30	3	108	18	6				2	10	90				1		1	4 2 3	6 108											МиС Филологи и

Лекции	Лаб. раб.
Сумма час.	Практи ки
З.Е.	Часов всего

Обозначения курсовых проектов:

n - по дисциплине в *n*-ом семестре
Kn - комплексный (междисциплинарный) в *n*-ом семестре
Mn - межфакультетский в *n*-ом семестре

*- указан суммарный планируемый объем консультаций по всем видам учебной работы в расчете на одну учебную группу. Фактический объем консультаций определяется на основе действующих в университете норм учебной нагрузки в расчете на одного обучающегося.

Примечание: зФБММ-91

Обозначения зачетов и экзаменов:

n - зачет или экзамен в *n*-ом семестре
Дn - дифференцированный зачет в *n*-ом семестре
Г - государственный экзамен




Часов всего: 4320 Часов аудиторных 290 Кол-во часов, отведенных на занятия лекционного типа, в целом по Блоку 1 (от общего кол-ва аудиторных занятий по Блоку 1) - % 26,9

		Семестр											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Кредитов	120	24	24	24	24	24							
Аудиторных часов в семестр (для 30)		98	82	82	60	0							
Экзаменов	12	4	1	3	4	0							
Зачетов	18	3	7	4	2	2							
Курсовых проектов	1	0	0	1	0	0							
Курсовых работ	3	1	1	0	1	0							
Расчетно-графические задания (работы), рефераты	7	1	2	2	2	0							
Контрольных работ	13	5	3	3	2	0							

Структура программы

Наименование элемента программы	Объем (в з.е.)
Блок 1. Дисциплины (модули)	69
Базовая часть	18
Вариативная часть	51
в том числе по выбору	21
Блок 2. Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)	42
Вариативная часть	42
Блок 3. Государственная итоговая аттестация	9
Базовая часть	9
Объем программы	120

ответственный за образовательную программу
 Декан факультета бизнеса
 Заведующий кафедрой маркетинга и сервиса


 Цой М. Е.

 Хайруллина М. В.

 Цой М. Е.



Образовательная программа утверждена ученым советом факультета бизнеса, протокол №5/1 от 21.06.2019