

Утверждаю

Первый проректор

доцент

"31" 08 2020

Янгольский В.В.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

## УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Направление: 38.04.02 Менеджмент

магистерская программа: Маркетинг

Форма обучения: очная

Срок обучения: 2 года

Квалификация: Магистр

Год начала подготовки: 2019 и последующие

Основной вид деятельности: научно-исследовательская

Ориентированность: программа академической магистратуры

№ п.п.	Наименование дисциплины	Шифр	в зачетных единицах	Объем работы										Виды самостоятельной работы				Экзамены	Зачеты	1 курс		2 курс		3 курс		4 курс		5 курс		6 курс		Кафедра, ведущая дисциплину
				в часах										Курсовые проекты	Курсовые работы	Расчётно-графические задания (работы), рефераты	Контрольные работы			Число недель теоретического обучения в семестре												
				Всего	В контактной форме	в т. ч. аудиторная						Самостоятельная работа	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	Практики, семинары	в том числе, в активных формах	Аттестация	Консультации*																					
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	58	18		18	10	2	20	86				1		1	1	2	1											КМ
2	Иностранный язык	Б1.2	4	144	63			54	36	2	7	81				1	1			3	3											ИЯ
3	Методы исследований в менеджменте	Б1.3	3	108	46	8		26	26	2	10	62			1			1		0.5	2	1.5										КМ
4	Правовые аспекты ведения бизнеса	Б1.4	3	108	48	18		18	9	2	10	60				3		3														Правоведения
5	Корпоративные информационные системы	Б1.5	4	144	86	18	54		10	2	12	58			2		2			1	4	3										КМ

#### Вариативная часть

6	Корпоративные финансы	Б1.В1.6	3	108	48	8		26	10	2	12	60				1	1			0.5	2	1.5										КМ
7	Корпоративное стратегическое управление	Б1.В1.7	3	108	50	18	18		9	2	12	58		1			1			1	2	1										КМ
8	Проблемы корпоративного управления в глобальной среде	Б1.В1.8	3	108	46	8		26	10	2	10	62				1		1		0.5	2	1.5										КМ

УУ: [подпись]

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	46	8		26	10	2	10	62				1		Д1	0,5 2 3 108	1,5										КМ
10	Стратегический маркетинг	Б1.В1.10	3	108	50	18		18	10	2	12	58				1	1		1 2 3 108	1										МиС
11	Эконометрическое моделирование в бизнесе	Б1.В1.11	3	108	66	18	36		10	2	10	42			2			Д2		1 3 3 108	2									МиС
12	Современная теория брендинга	Б1.В1.12	3	108	48	18		18	9	2	10	60				2		Д2		1 2 3 108	1									МиС
13	Управление стоимостью бизнеса	Б1.В1.13	3	108	48	8		26	10	2	12	60			2		2			0,5 2 3 108	1,5									КМ
14	Интернет-маркетинг	Б1.В1.14	6	216	104	18	72		20	4	10	112		2		3	3	Д2		1 3 3 108	2 2 3 108									МиС

### Вариативная часть (дисциплины по выбору)

15.1	Директ-маркетинг	Б1.В2.15.1	3	108	58	8		36	10	2	12	50			3		3				0,5 2,5 3 108	2									МиС
15.2	Международный маркетинг	Б1.В2.15.2																													МиС

По выбору 1 из 2

16.1	Деловые презентации и ораторское искусство	Б1.В2.16.1	3	108	48			36	18	2	10	60				3		3			2 3 108	2									КМ
16.2	Основы педагогики	Б1.В2.16.2																													ПиП
16.3	Технологии самоменеджмента	Б1.В2.16.3																													МиС

По выбору 1 из 3

17.1	Управление маркетингом	Б1.В2.17.1	3	108	48	8		26	10	2	12	60				3	3				0,5 2 3 108	1,5									МиС
17.2	Экономика маркетинга	Б1.В2.17.2																													МиС

По выбору 1 из 2

18.1	Управление инновациями	Б1.В2.18.1	3	108	86	36		36	9	2	12	22	М3				3				2 3 108	4 2									КМ
18.2	Международное право	Б1.В2.18.2																													КМП

По выбору 1 из 2

19.1	Маркетинговая логистика	Б1.В2.19.1	3	108	46	8		26	10	2	10	62			2			Д2		0,5 2 3 108	1,5										МиС
19.2	Управление продуктом	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	Мерчендайзинг	Б1.В2.20.1	6	216	50	18		18	9	2	12	166			2		2			1 2 1 6 216										МиС
20.2	Управление маркетинговыми коммуникациями	Б1.В2.20.2																												МиС

По выбору 1 из 2

## Б2. Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)

### Вариативная часть. Учебная практика

21	Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	Б2.В1.21	3	108	2					2		106						Д2		3 108										МиС
----	---	----------	---	-----	---	--	--	--	--	---	--	-----	--	--	--	--	--	----	--	-------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----

### Вариативная часть. Производственная практика

22	Производственная практика: научно-исследовательская работа	Б2.В1.22	24	864	8					8		856						Д1 Д2 Д3 Д4	4 144 2 72 6 216 12 432										МиС
23	Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая практика)	Б2.В1.23	6	216	2					2		214						Д3		6 216									МиС
24	Производственная (преддипломная) практика: научно-исследовательская работа	Б2.В1.24	12	432	2					2		430						Д4				12 432							МиС

## Б3. Государственная итоговая аттестация

### Базовая часть

25	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	Б3.25	6	216								216								6 216									МиС
----	--	-------	---	-----	--	--	--	--	--	--	--	-----	--	--	--	--	--	--	--	-------	--	--	--	--	--	--	--	--	-----

### Факультативные дисциплины

26	Инновационный маркетинг	Ф.В1.26	2	72	60		36		36	4	20	12					1 2	1 1 1 1 1 36 1 36										КМ МиС
27	Философия	Ф.В1.27	2	72	50	18		18	18	2	12	22			3	3				1 2 1 2 72								Философии
28	Технология работы с научной информацией	Ф.В1.28	3	108	30	18				2	10	78			1		1	1 1 3 108										Филологии

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
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

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

# Обозначения курсовых проектов:

*n* - по дисциплине в *n*-ом семестре

К*n* - комплексный (междисциплинарный) в *n*-ом семестре

М*n* - 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: ФБМ-96

# Обозначения зачетов и экзаменов:

*n* - зачет или экзамен в *n*-ом семестре

Д*n* - дифференцированный зачет в *n*-ом семестре

Г - государственный экзамен

Часов всего: 4320 Часов аудиторных 876 Кол-во часов, отведенных на занятия лекционного типа, в целом по Блоку 1 (от общего кол-ва аудиторных занятий по Блоку 1) - % 29,9

		Семестр											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Кредитов	120	30	30	30	30								
Часов аудиторных в неделю		17	18	14,5	0								
Часов всего в неделю		59	56	56,5									
Часов в сессию в неделю		54	36	39									
Часов на практиках в неделю		0	0	0	50,8								
Часов на ГИА в неделю					54								
Экзаменов	11	4	3	4	0								
Зачетов	17	5	6	4	2								
Курсовых проектов	1	0	0	1	0								
Курсовых работ	2	1	1	0	0								
Расчетно-графические задания (работы), рефераты	7	1	5	1	0								
Контрольных работ	13	7	1	5	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)	45
Вариативная часть	45
Блок 3. Государственная итоговая аттестация	6
Базовая часть	6
Объем программы	120

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

  


Цой М. Е.  
 Аманжолова Б. А.  
 Цой М. Е.



образовательная программа утверждена ученым советом факультета бизнеса, протокол №6 от 31.08.2020