

Утверждаю
Ректор Пермского государственного
национального исследовательского



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГАОУВО "Пермский государственный национальный исследовательский университет"

Экономический факультет

Форма обучения очная

УЧЕБНЫЙ ПЛАН №10758

Направление 38.04.02 Менеджмент

направленность (профиль) Инновационные маркетинговые технологии

степень магистр

срок обучения 2 года

Календарный учебный график

№ нед.	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	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52						
Курс																																																										
1																																																										
2																																																										

Условные обозначения

теоретическое обучение 	теоретическое обучение промежуточная аттестация 	каникулы 	производственная практика 	учебная практика 	изучение факультативных дисциплин 	итоговая государственная аттестация 	производственная рассредоточенная практика 	нерабочие праздничные дни
----------------------------	---	--------------	-------------------------------	----------------------	---------------------------------------	---	--	-------------------------------

Сводные данные по бюджету времени студента (в неделях)

Тип недели	теоретическое обучение	теоретическое обучение и промежуточная аттестация	каникулы	производственная практика	учебная практика	изучение факультативных дисциплин	итоговая государственная аттестация	производственная рассредоточенная практика	нерабочие праздничные дни	
Курс										Всего
1	6 2/7	3	8 1/7		2	2		28 6/7	2	52 2/7
2	7 3/7	2	9 6/7	2			6 1/7	22 6/7	2	52 2/7
Всего	13 5/7	5	18	2	2	2	6 1/7	51 5/7	4	104 4/7

План учебного процесса

Индекс	Наименование учебной дисциплины	Объем работы студента						Экз.	Зач.	Распределение аудиторных часов в неделю по триместрам										
		Трудоемкость	Аудиторн.	из них			Самостоят.			1	2	3	4	5	6					
				Лекции	Практ.	Лабор.				количество недель в триместре										
										17	16	6	17	15	1					
M.1	Дисциплины (модули)	2376	792	204	468	120	1584													
M.1.01	Базовая часть	648	216	72	144	0	432													
	Методы исследований в менеджменте	108	36	12	24	0	72	1		5.1										
	Проектный менеджмент	216	72	24	48	0	144	2	1	5.1	2.1									
	Современная экономика в условиях цифровизации	108	36	12	24	0	72		1	5.1										
	Экономическая экспертиза	216	72	24	48	0	144	4	2		2.1		5.1							
M.1.03	Вариативная часть	1728	576	132	324	120	1152													
M.1.03.01	Вариативная часть	1044	348	108	204	36	696													
	Бренд-менеджмент	108	36	12	24	0	72		2		2.1									
	Количественные методы исследований	144	48	12	0	36	96	1		6.9										
	Корпоративные финансы	144	48	12	36	0	96	4					6.9							
	Маркетинг-менеджмент	180	60	24	36	0	120	2	1	5.1	1.4									
	Маркетинговые исследования рынка	180	60	24	36	0	120	4	2		2.1		3.4							
	Маркетинговые коммуникации	144	48	12	36	0	96	5	4				3.4	1.4						
	Реклама	144	48	12	36	0	96	5									2.8			
M.1.03.02	Дисциплины по выбору студента	684	228	24	120	84	456													
	Письменная иноязычная коммуникация в академической и профессиональной среде	108	36	0	0	36	72		5									2.1		

	Управление конфликтами в профессиональной среде	108	36	24	12	0	72		5					2.1	
	Инструменты продвижения товаров на B2B-рынке	108	36	0	36	0	72		5					2.1	
	Стратегии продвижения потребительских товаров (B2C)	108	36	0	36	0	72		5					2.1	
	Бенчмаркинг	108	36	0	36	0	72		4				5.1		
	Интернет-маркетинг (продвинутый уровень)	108	36	0	36	0	72		4				5.1		
	Мировая экономика и развивающиеся рынки	108	36	0	36	0	72		5					2.1	

Индекс	Наименование учебной дисциплины	Объем работы студента						Экз.	Зач.	Распределение аудиторных часов в неделю по триместрам					
		Трудоемкость	Аудиторн.	из них			Самостоят.			1	2	3	4	5	6
				Лекции	Практ.	Лабор.				количество недель в триместре					
										17	16	6	17	15	1
	Сбытовая политика в комплексе маркетинга	108	36	0	36	0	72		5					2.1	
	Академическая и профессиональная коммуникация на иностранном языке (английский)	144	48	0	0	48	96	2			2.8				
	Академическая и профессиональная коммуникация на иностранном языке (английский)	144	48	0	0	48	96	2			2.8				
	Основы переговорного процесса	108	36	24	12	0	72		4				5.1		
	Устная иноязычная коммуникация в академической и профессиональной среде	108	36	0	0	36	72		4				5.1		
М.2	Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)	1620	24	0	24	0	1596								
М.2.01	Вариативная часть	1620	24	0	24	0	1596								
	Научно-исследовательская работа (кафедра маркетинга)	432	0	0	0	0	432	5	2	0	0		0	0	
	Преддипломная практика	108	0	0	0	0	108	6							0
	Производственная практика (кафедра маркетинга)	972	0	0	0	0	972	5	3	0	0	0	0	0	
	Учебная практика (кафедра маркетинга)	108	24	0	24	0	84	3				12			
М.3	Государственная итоговая аттестация	324	0	0	0	0	324								
М.3.01	Базовая часть	324	0	0	0	0	324								
	Выпускная квалификационная работа	324	0	0	0	0	324	6							0
М.4	Факультативные дисциплины	108	36	18	18	0	72								
	Факультатив	108	36	18	18	0	72		3			18			
Всего аудиторных часов в неделю:								11	12	11.3	13.5	0	12	12	0

Всего экзаменов(по триместрам)	2	3	0	3	2	1
Всего зачетов(по триместрам)	3	3	0	3	3	0
Общий объем учебной нагрузки в неделю (ч.)	48	54	54	48	57.6	48
Общий объем учебной нагрузки (ч.)	864	864	540	864	864	432
Общий объем учебной нагрузки (кред.)	24	24	12	24	24	12