

Утверждаю

Ректор Пермского государственного
национального исследовательского
университета

*протокол № 40
от 30.06/2019*



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ФГАОУ ВО "Пермский государственный национальный исследовательский университет"

Экономический факультет

Форма обучения очная

УЧЕБНЫЙ ПЛАН №11119

Направление 38.04.02 Менеджмент
направленность (профиль) Digital-маркетинг
степень магистр
срок обучения 2 года 0 мес.

Календарный учебный график

№нед. Курс	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
1										□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□		
2										□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□	□

Условные обозначения

теоретическое обучение □	теоретическое обучение и промежуточная аттестация □А	каникулы □X	производственная практика □П	учебная практика □%	изучение факультативных дисциплин □Ф	итоговая государственная аттестация □И	производственная рассредоточенная практика □П	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										
1	8 5/7	2	8 1/7	6	2	2		21 2/7	2	52 1/7
2	8 5/7	2	10 1/7	2			6	21 4/7	2	52 3/7
Всего	17 3/7	4	18 2/7	8	2	2	6	42 6/7	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	0	17	16	0				
M.1	Дисциплины (модули)	3024	1008	324	564	120	2016												
M.1.БЧ	Обязательная часть	1620	540	168	288	84	1080												
M.1.БЧ.01	Академическая и профессиональная коммуникация на иностранном языке	144	48	0	0	48	96												
	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								
M.1.БЧ.02	Обязательная часть	1476	492	168	288	36	984												
	Количественные методы исследований	180	60	24	0	36	120	1			6.7								
	Контент-стратегия и копирайтинг	216	72	24	48	0	144	1			8								
	Маркетинговые исследования и Data Science	252	84	36	48	0	168	2				4.9							
	Проектный менеджмент	216	72	24	48	0	144	2	1		4	2.1							
	Современная экономика в условиях цифровизации	108	36	12	24	0	72		1		4								
	Стратегии диджитал маркетинга	288	96	24	72	0	192	2	1		5.3	2.8							
	Экономическая экспертиза	216	72	24	48	0	144	4	2		2.1			4					
M.1.ВЧ	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	1404	468	156	276	36	936												
M.1.ВЧ.01	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	1188	396	132	264	0	792												
	Автоматизация маркетинга и продаж	144	48	12	36	0	96	4										5.3	
	Бренд-менеджмент	216	72	24	48	0	144	4										8	
	Международный маркетинг	108	36	12	24	0	72		5										2.1
	Поведение потребителей и нейромаркетинг	288	96	36	60	0	192	5	4									6.7	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	0	17	16	0					
	Социальный медиа маркетинг и интернет-реклама	144	48	12	36	0	96	5											2.8	
	Управление взаимоотношениями с клиентом (CRM)	108	36	12	24	0	72		5										2.1	
	Электронная коммерция	180	60	24	36	0	120	5											3.5	
M.1.ВЧ.02	Элективные дисциплины (модули)	216	72	24	12	36	144													
	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	
	Основы переговорного процесса	108	36	24	12	0	72		4									4		

	Устная иноязычная коммуникация в академической и профессиональной среде	108	36	0	0	36	72		4				4			
М.2	Практики	972	12	0	12	0	960									
М.2.БЧ	Обязательная часть	864	12	0	12	0	852									
	Научно-исследовательская работа	432	0	0	0	0	432	2,5		0	0		0	0		
	Научно-исследовательская работа (кафедра маркетинга)	108	12	0	12	0	96	3				6				
	Технологическая (проектно-технологическая) практика	324	0	0	0	0	324	3				0				
М.2.ВЧ	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	108	0	0	0	0	108									
	Преддипломная практика	108	0	0	0	0	108	6							0	
М.3	Государственная итоговая аттестация	324	0	0	0	0	324									
	Выпускная квалификационная работа	324	0	0	0	0	324	6							0	
М.4	Факультативные дисциплины	0	0	0	0	0	0									
Всего аудиторных часов в неделю:									13	9	14.8	15.8	0	14.8	15.8	0
Всего экзаменов(по триместрам)											2	4	0	3	3	1
Всего зачетов(по триместрам)											3	1	0	2	3	0
Общий объем учебной нагрузки в неделю (ч.)											50.8	50.8	39.3	50.8	50.8	48
Общий объем учебной нагрузки (ч.)											864	864	432	864	864	432
Общий объем учебной нагрузки (кред.)											24	24	12	24	24	12