

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Романчук Иван Сергеевич
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 11.06.2024 13:21:41
 Уникальный программный ключ:

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»
 Финансово-экономический институт
УЧЕБНЫЙ ПЛАН
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направленность (профиль): **Смарт-маркетинг: международное развитие бизнеса**
 Уровень высшего образования: **Магистратура**

Квалификация: **Магистр**
 6519e0c2b582f1da6ea443f01d5779368d0957ac34f5cd074d81181530452479
 Срок получения образования: **2 года**

Период обучения: 2022 - 2024
 Образовательный стандарт ФГОС ВО (3++)
 Идентификатор 000072204

Форма обучения: **Очная**

№	Наименование дисциплины	Распределение форм промежуточной аттестации по периодам					Объем образовательной программы (ее части), з.е.	Трудоемкость по периодам обучения, з.е.				Компетенции
		Экзамены	Зачеты	Дифференцированные зачеты	Курсовые работы	1 курс		2 курс				
						Первый семестр		Второй семестр	Третий семестр	Четвертый семестр		
Б1 Дисциплины (модули)												
Обязательная часть												
1	Иностранный язык для академических целей	2	1			4	2	2			УК-4,5	
2	Международный менеджмент и социальная ответственность бизнеса		2			3		3			ОПК-3,ПК-1,4,УК-4,5	
3	Стратегический анализ и методы исследования рынка	3				3			3		ОПК-2,ПК-2,3,УК-1	
4	Стратегический менеджмент и маркетинг	1				4	4				ОПК-4,ПК-2,3,4,УК-1,2	
5	Традиционные и инновационные концепции менеджмента	2				4		4			ОПК-4,5,ПК-1,2,УК-1,3,6	
6	Управленческая экономика	1				4	4				ОПК-1,3	
Итого: Обязательная часть		5	2			22	10	9	3			
Часть, формируемая участниками образовательных отношений												
Обязательные дисциплины (модули)												
1	Диджитал маркетинг		3			2			2		ПК-3	
2	Коммуникационная политика в маркетинге		2			3		3			ПК-4,УК-4	
3	Кросс-культурный менеджмент		1			3	3				УК-4,5	
4	Маркетинг на рынках B2B		4			2			2		ПК-3,4	
5	Маркетинг прямых и розничных продаж		4			2			2		ПК-3,4	
6	Международный бизнес: стратегии развития		1			3	3				ПК-4,УК-1	
7	Методика и техника маркетинговых исследований	3				3			3		ПК-3	
8	Потребительское поведение и нейромаркетинг		4			2			2		ПК-3,4	
9	Профессиональный семинар		3,4			3			2	1	ПК-1,3	
10	Стратегические коммуникации и брендинг территорий	4				2			2		ПК-3,УК-4	
11	Теория маркетинга		1			2	2				ПК-3,4	
Итого: Обязательные дисциплины (модули)		2	10			27	8	3	7	9		
Итого: Элективные дисциплины (модули)			6			14		7	3	4		
Итого: Часть, формируемая участниками образовательных отношений		2	16			41	8	10	10	13		
Итого: Б1 Дисциплины (модули)		7	18			63	18	19	13	13		
Б2 Практика												
Обязательная часть												
Производственная практика												
1	Практика по профилю профессиональной деятельности		2,3			18		9	9		ОПК-1,2,3,4,5,ПК-2,3,4,УК-6	
Итого: Производственная практика			2			18		9	9			
Итого: Обязательная часть			2			18		9	9			

№	Наименование дисциплины	Распределение форм промежуточной аттестации по периодам					Объем образовательной программы (ее части), з.е.	Трудоемкость по периодам обучения, з.е.				Компетенции
		Экзамены	Зачеты	Дифференцированные зачеты	Курсовые работы	1 курс		2 курс				
						Первый семестр		Второй семестр	Третий семестр	Четвертый семестр		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений												
Учебная практика												
1	Научно-исследовательская работа		1,2,3,4			27	8	5	7	7	ПК-2,3,4,УК-2,6	
Итого: Учебная практика			4			27	8	5	7	7		
Производственная практика												
1	Преддипломная практика			4		6				6	ПК-1,2,3,4,УК-1,2,6	
Итого: Производственная практика				4		6				6		
Итого: Часть, формируемая участниками образовательных отношений			4	1		33	8	5	7	13		
Итого: Б2 Практика			6	1		51	8	14	16	13		
Б3 Государственная итоговая аттестация												
1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	4				6				6	ОПК-1,2,3,4,5,ПК-1,2,3,4,УК-1,2,3,4,5,6	
Итого: Б3 Государственная итоговая аттестация		4				6				6		
Итого за весь срок обучения		8	24	1		120	26	33	29	32		
Обязательных зачетов						24	5	7	5	7		
Обязательных экзаменов						8	2	2	2	2		
Обязательных дифференцированных зачетов						1				1		

Объем контактной работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем 1 078 ак.ч.

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»
Финансово-экономический институт
УЧЕБНЫЙ ПЛАН
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент
Направленность (профиль): Смарт-маркетинг: международное развитие бизнеса
Уровень высшего образования: Магистратура

Квалификация: Магистр Срок получения образования: 2 года Форма обучения: Очная	Период обучения: 2022 - 2024 Образовательный стандарт ФГОС ВО (3++) Идентификатор 000072204
--	---

№	Наименование дисциплины	Распределение форм промежуточной аттестации по периодам				Объем образовательной программы (ее части), з.е.	Трудоемкость по периодам обучения, з.е.				Компетенции
		Экзамены	Зачеты	Дифференцированные зачеты	Курсовые работы		1 курс		2 курс		
							Первый семестр	Второй семестр	Третий семестр	Четвертый семестр	
Б1 Дисциплины (модули)											
Часть, формируемая участниками образовательных отношений											
Элективные дисциплины (модули)											
Элективные дисциплины (модули) Б1.ЧФУ.1											
1	Инновационные компании - "единороги": от идеи до выхода на глобальный рынок		2			2	2				ПК-1,4,УК-1
2	Финансовый менеджмент и маркетинг		2			2	2				ПК-1,2,УК-1
Элективные дисциплины (модули) Б1.ЧФУ.2											
1	Брендинг		2			3	3				ПК-2,3,4
2	Событийный маркетинг		2			3	3				ПК-2,3,4
Элективные дисциплины (модули) Б1.ЧФУ.3											
1	Социологические технологии в маркетинге		2			2	2				ПК-1,3,УК-3,6
2	Управление развитием человеческого потенциала		2			2	2				ПК-1,3,УК-3,6
Элективные дисциплины (модули) Б1.ЧФУ.4											
1	Медиаанализ и медиапланирование		3			3		3			ПК-3,4
2	Экспортный менеджмент и маркетинг		3			3		3			ПК-3,4
Элективные дисциплины (модули) Б1.ЧФУ.5											
1	Аналитика интернет-маркетинга		4			2			2		ПК-3
2	Продвижение в социальных сетях		4			2			2		ПК-3
Элективные дисциплины (модули) Б1.ЧФУ.6											
1	Международные корпорации: механизмы управления и развития		4			2			2		ПК-1,2
2	Цифровизация бизнеса и международные практики менеджмента		4			2			2		ПК-1,2
Итого: Элективные дисциплины (модули)			6			14	7	3	4		
Итого: Часть, формируемая участниками образовательных отношений			6			14	7	3	4		
Итого: Б1 Дисциплины (модули)			6			14	7	3	4		

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»
Финансово-экономический институт
УЧЕБНЫЙ ПЛАН
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент
Направленность (профиль): Смарт-маркетинг: международное развитие бизнеса
Уровень высшего образования: Магистратура

Квалификация: Магистр Срок получения образования: 2 года Форма обучения: Очная	Период обучения: 2022 - 2024 Образовательный стандарт ФГОС ВО (3++) Идентификатор 000072204
--	---

№	Наименование дисциплины	Распределение форм промежуточной аттестации по периодам				Объем образовательной программы (ее части), з.е.	Трудоемкость по периодам обучения, з.е.				Компетенции	
		Экзамены	Зачеты	Дифференцированные зачеты	Курсовые работы		1 курс		2 курс			
							Первый семестр	Второй семестр	Третий семестр	Четвертый семестр		
Компоненты ОП, реализуемые в форме практической подготовки												
Б2 Практика												
Обязательная часть												
Производственная практика												
1	Практика по профилю профессиональной деятельности		2,3			18		9		9		ОПК-1,2,3,4,5,ПК-2,3,4,УК-6
Итого: Производственная практика			2			18		9		9		
Итого: Обязательная часть			2			18		9		9		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений												
Учебная практика												
1	Научно-исследовательская работа		1,2,3,4			27	8	5	7	7		ПК-2,3,4,УК-2,6
Итого: Учебная практика			4			27	8	5	7	7		
Производственная практика												
1	Преддипломная практика			4		6				6		ПК-1,2,3,4,УК-1,2,6
Итого: Производственная практика				1		6				6		
Итого: Часть, формируемая участниками образовательных отношений			4	1		33	8	5	7	13		
Итого: Б2 Практика			6	1		51	8	14	16	13		
Итого за весь срок обучения			6	1		51	8	14	16	13		

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»
Финансово-экономический институт
УЧЕБНЫЙ ПЛАН
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент
Направленность (профиль): Смарт-маркетинг: международное развитие бизнеса
Уровень высшего образования: Магистратура

Квалификация: Магистр Срок получения образования: 2 года Форма обучения: Очная	Период обучения: 2022 - 2024 Образовательный стандарт ФГОС ВО (3++) Идентификатор 000072204
--	---

№	Наименование дисциплины	Распределение форм промежуточной аттестации по периодам				Объем образовательной программы (ее части), з.е.	Трудоемкость по периодам обучения, з.е.				Компетенции
		Экзамены	Зачеты	Дифференцированные зачеты	Курсовые работы		1 курс		2 курс		
							Первый семестр	Второй семестр	Третий семестр	Четвертый семестр	
ФД Факультативные дисциплины (модули)											
1	Тренинг успешной карьеры			2		2		2			УК-6
2	Тренинг целеполагания			2		2		2			УК-6
Итого: ФД Факультативные дисциплины (модули)											
Итого за весь срок обучения											
				2		4		4			