

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Романчук Иван Сергеевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.12.2022 15:50:25
Уникальный программный ключ:
6319edc2b582ffdaeca443f01d5779368d0957ac34f5cd074d81181530452479

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»



УТВЕРЖДАЮ
Проректор

Т.В. Погодаева

23.06.2021

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

Форма обучения: очная

Срок получения образования: 2 года

Типы задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий, информационно-аналитический

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
Форма обучения: очная

№	Наименование блоков, частей ООП, дисциплин (модулей), практик	Распределение форм промежуточной аттестации по периодам				Объем образовательной программы (её части)			Контактная работа					Самостоятельная работа	Распределение нагрузки по периодам												Компетенции					
		Экзамены	Зачёты	Дифференцированные зачёты	Курсовые работы	Астрономических часов	Академических часов	Зачётные единицы (з.е.)	Лекции (л)	Практические занятия (п)	Лабораторные занятия / практические занятия по подгруппам (лб/пзпп)	Консультации и иная контактная работа (к)	Всего		1 курс						2 курс											
															Первый семестр			Второй семестр			Третий семестр			Четвёртый семестр								
															Количество недель																	
						18				18					17				12													
		з.е.	л	п	лб/пзпп	з.е.	л	п	лб/пзпп	з.е.	л	п	лб/пзпп	з.е.	л	п	лб/пзпп	з.е.	л	п	лб/пзпп											
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	
Б1 Дисциплины (модули)																																
Обязательная часть																																
1	Иностранный язык для академических целей	2	1			108	144	4	0	104	0	4	108	36	2		52		2		52											УК-4,5
2	Международный менеджмент и социальная ответственность бизнеса		1			81	108	3	16	32	0	2	50	58	3	16	32														ОПК-3,ПК-1,4,УК-4,5	
3	Стратегический анализ и методы исследования рынка	3				81	108	3	16	32	0	2	50	58									3	16	32						ОПК-2,ПК-2,3,УК-1	
4	Стратегический менеджмент и маркетинг	1				108	144	4	18	36	0	2	56	88	4	18	36														ОПК-4,ПК-2,3,4,УК-1,2	
5	Традиционные и инновационные концепции менеджмента	2				108	144	4	16	32	0	2	50	94		4	16	32													ОПК-4,5,ПК-1,2,УК-1,3,6	
6	Управленческая экономика	1				108	144	4	18	36	0	2	56	88	4	18	36														ОПК-1,3	
Итого: Обязательная часть		5	2	0	0	594	792	22	84	272	0	14	370	422	13	52	156	6	16	84	3	16	32									
Часть, формируемая участниками образовательных отношений																																
Обязательные дисциплины																																
1	Digital маркетинг		3			54	72	2	16	16	0	2	34	38										2	16	16					ПК-3	
2	Профессиональный семинар		3,4			54	72	2	0	44	0	2	46	26									1		32		1		12		ПК-1,3	
4	Стратегические коммуникации и брендинг территорий	4				81	108	3	12	28	0	2	42	66													3	12	28		ПК-3,УК-4	
5	Теория маркетинга		1			54	72	2	18	18	0	2	38	34	2	18	18														ПК-3,4	
6	Коммуникационная политика в маркетинге	2				81	108	3	16	32	0	2	50	58		3	16	32													ПК-4,УК-4	
7	Кросс-культурный менеджмент	1			1	81	108	3	18	36	0	2	56	52	3	18	36														УК-4,5	
8	Маркетинг на рынках B2B		4			54	72	2	6	24	0	2	32	40													2	6	24		ПК-3,4	
9	Маркетинг прямых и розничных продаж		4			54	72	2	8	40	0	2	50	22													2	8	40		ПК-3,4	
10	Международный бизнес: стратегии развития	2				81	108	3	16	32	0	2	50	58		3	16	32													ПК-4,УК-1	
11	Методика и техника маркетинговых исследований	3				81	108	3	8	24	0	2	34	74									3	8	24						ПК-3	
12	Потребительское поведение и нейромаркетинг		4			54	72	2	6	24	0	2	32	40													2	6	24		ПК-3,4	
Итого: Обязательные дисциплины		5	8	0	0	729	972	27	124	318	0	22	464	508	5	36	54	6	32	64	6	24	72	10	32	128						
Итого: Б1 Дисциплины по выбору		1	5	0	0	378	504	14	78	118	0	12	208	296				7	52	70	3	8	24	4	18	24						
Итого: Часть, формируемая участниками образовательных отношений		6	13	0	0	1 107	1 476	41	202	436	0	32	672	804	5	36	54	13	84	134	9	32	96	14	50	152						
Итого: Б1 Дисциплины (модули)		11	15	0	0	1 701	2 268	63	286	708	0	46	1 042	1 226	18	88	210	19	100	218	12	48	128	14	50	152						

№	Наименование блоков, частей ООП, дисциплин (модулей), практик	Распределение форм промежуточной аттестации по периодам				Объём образовательной программы (ее части)			Контактная работа					Самостоятельная работа	Распределение нагрузки по периодам												Компетенции				
		Экзамены	Зачёты	Дифференцированные зачёты	Курсовые работы	Астрономических часов	Академических часов	Зачётные единицы (з.е.)	Лекции (л)	Практические занятия (п)	Лабораторные занятия / практические занятия по подгруппам (лб/лзп)	Консультации и иные контактная работа (к)	Всего		1 курс				2 курс												
															Первый семестр		Второй семестр		Третий семестр		Четвертый семестр										
		Количество недель																													
		18				18				17					12																
		з.е.	л	п	лб/лзп	з.е.	л	п	лб/лзп	з.е.	л	п	лб/лзп		з.е.	л	п	лб/лзп													
Б2 Практика																															
Обязательная часть																															
Производственная практика																															
1	Практика по профилю профессиональной деятельности		2,3			486	648	18	0	0	0	4	4	644					324 ч. Рассредоточенная практика	324 ч. Рассредоточенная практика									ОПК-1,2,3,4,5, ПК-2,3,4,УК-6		
Итого: Производственная практика		0	2	0	0	486	648	18	0	0	0	4	4	644					9												
Итого: Обязательная часть		0	2	0	0	486	648	18	0	0	0	4	4	644					9												
Часть, формируемая участниками образовательных отношений																															
Учебная практика																															
1	Научно-исследовательская работа		1,2,3,4			729	972	27	0	0	0	8	8	964					216 ч. Рассредоточенная практика	180 ч. Рассредоточенная практика	324 ч. Рассредоточенная практика	252 ч. Рассредоточенная практика							ПК-2,3,4,УК-2,6		
Итого: Учебная практика		0	4	0	0	729	972	27	0	0	0	8	8	964	6				5			9			7						
Производственная практика																															
1	Преддипломная практика	4				162	216	6	0	0	0	2	2	214											4 н.			ПК-1,2,3,4,УК-1,2,6			
Итого: Производственная практика		1	0	0	0	162	216	6	0	0	0	2	2	214											6						
Итого: Часть, формируемая участниками образовательных отношений		1	4	0	0	891	1 188	33	0	0	0	10	10	1 178	6				5			9			13						
Итого: Б2 Практика		1	6	0	0	1 377	1 836	51	0	0	0	14	14	1 822	6				14			18			13						
Б3 Государственная итоговая аттестация																															
Обязательная часть																															
1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	4				162	216	6	0	0	0	20	20	196										4 н.			ОПК-1,2,3,4,5, ПК-1,2,3,4,УК-1,2,3,4,5,6				
Итого: Обязательная часть		1	0	0	0	162	216	6	0	0	0	20	20	196										6							
Итого: Б3 Государственная итоговая аттестация		1	0	0	0	162	216	6	0	0	0	20	20	196										6							
Итого за весь срок обучения		13	21	0	0	3 240	4 320	120	286	708	0	82	1 076	3 244	24	88	210		33	100	218		30	48	128		33	50	152		
Обязательных экзаменов																															
Обязательных зачётов																															
% лекционных																															
																															27,5

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
Форма обучения: очная

№	Наименование блоков, частей ООП, дисциплин (модулей), практик	Распределение форм промежуточной аттестации по периодам				Объём образовательной программы (ее части)			Контактная работа					Самостоятельная работа	Распределение нагрузки по периодам												Компетенции					
		Экзамены	Зачёты	Дифференцированные зачёты	Курсовые работы	Астрономических часов	Академических часов	Зачётные единицы (з.е.)	Лекции (л)	Практические занятия (п)	Лабораторные занятия / практические занятия по подгруппам (лб/пзпп)	Консультации и иная контактная работа (к)	Всего		1 курс				2 курс													
															Первый семестр		Второй семестр		Третий семестр		Четвёртый семестр											
															Количество недель																	
						18				18					17				12													
з.е.	л	п	лб/пзпп	з.е.	л	п	лб/пзпп	з.е.	л	п	лб/пзпп	з.е.	л	п	лб/пзпп	з.е.	л	п	лб/пзпп													
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31																	
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	
Б1 Дисциплины (модули)																																
Часть, формируемая участниками образовательных отношений																																
Б1 Дисциплины по выбору																																
Дисциплины по выбору Б1.ЧФУ.ДВ.1																																
1	Финансовый менеджмент и маркетинг		2			54	72	2	18	36	0	2	56	16					2	18	36											ПК-1,2,УК-1
2	Инновационные компании - "единороги": от идеи до выхода на глобальный рынок		2			54	72	2	18	36	0	2	56	16					2	18	36											ПК-1,4,УК-1
Дисциплины по выбору Б1.ЧФУ.ДВ.2																																
1	Аналитика интернет-маркетинга		2			81	108	3	16	16	0	2	34	74					3	16	16										ПК-2,3,4	
2	Событийный маркетинг		2			81	108	3	16	16	0	2	34	74					3	16	16											ПК-2,3,4
Дисциплины по выбору Б1.ЧФУ.ДВ.3																																
1	Социологические технологии в маркетинге		2			54	72	2	18	18	0	2	38	34					2	18	18										ПК-1,3,УК-3,6	
2	Управление развитием человеческого потенциала		2			54	72	2	18	18	0	2	38	34					2	18	18										ПК-1,3,УК-3,6	
Дисциплины по выбору Б1.ЧФУ.ДВ.4																																
1	Медиаанализ и медиапланирование		3			81	108	3	8	24	0	2	34	74									3	8	24						ПК-3,4	
2	Экспортный менеджмент и маркетинг		3			81	108	3	8	24	0	2	34	74									3	8	24							ПК-3,4
Дисциплины по выбору Б1.ЧФУ.ДВ.5																																
1	SMM-продвижение в социальных сетях		4			54	72	2	6	12	0	2	20	52												2	6	12			ПК-3	
2	Брендинг		4			54	72	2	6	12	0	2	20	52												2	6	12			ПК-3	
Дисциплины по выбору Б1.ЧФУ.ДВ.6																																
1	Цифровизация бизнеса и международные практики менеджмента	4				54	72	2	12	12	0	2	26	46												2	12	12			ПК-1,2	
2	Международные корпорации: механизмы управления и развития	4				54	72	2	12	12	0	2	26	46												2	12	12			ПК-1,2	
Итого: Б1 Дисциплины по выбору		1	5	0	0	378	504	14	78	118	0	12	208	296					7	52	70		3	8	24		4	18	24			

