

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Романчук Иван Сергеевич
 Должность: Ректор
 Дата подписания: 14.04.2025 14:47:27
 Уникальный программный ключ:
 6319edc2b582ffdaeca443f01d5779368d0957ac34f5cd074d81181530452479

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	Период обучения: 2025 - 2027
Срок получения образования: 2 года	Образовательный стандарт ФГОС ВО (3++)
Форма обучения: Очная	Идентификатор 000080936

№	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	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

№	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	
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		
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	
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		1				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: 2025 - 2027 Образовательный стандарт ФГОС ВО (3++) Идентификатор 000080936
--	---

№	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)											
Дисциплины по выбору Б1.ЧФУ.ДВ.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
Дисциплины по выбору Б1.ЧФУ.ДВ.2											
1	Брендинг		2			3		3			ПК-2,3,4
2	Событийный маркетинг		2			3		3			ПК-2,3,4
Дисциплины по выбору Б1.ЧФУ.ДВ.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
Дисциплины по выбору Б1.ЧФУ.ДВ.4											
1	Медиаанализ и медиапланирование		3			3			3		ПК-3,4
2	Экспортный менеджмент и маркетинг		3			3			3		ПК-3,4
Дисциплины по выбору Б1.ЧФУ.ДВ.5											
1	Аналитика интернет-маркетинга		4			2				2	ПК-3
2	Продвижение в социальных сетях		4			2				2	ПК-3
Дисциплины по выбору Б1.ЧФУ.ДВ.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)											
Итого: Часть, формируемая участниками образовательных отношений											
Итого: Б1 Дисциплины (модули)											

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: 2025 - 2027 Образовательный стандарт ФГОС ВО (3++) Идентификатор 000080936
--	---

№	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	

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: 2025 - 2027 Образовательный стандарт ФГОС ВО (3++) Идентификатор 000080936
--	---

№	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)				2		4		4			