ЧОУ ВО «Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики» Институт экономики, менеджмента и информационных технологий

План одобрен Ученым советом СПбУТУиЭ Протокол № 8/1/22/23 от 29.06.2023

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

38.04.02

Направление 38.04.02 Менеджмент Направленность (профиль) "Стратегический маркетинг"

Кафедра:

Экономики и управления социально-экономическими системами

Институт: ЭМИТ

Квалификация: магистр

Форма обучения: Заочная

Срок получения образования: 2 г. 5 м.

Год начала подготовки (по учебному плану)

Учебный год

Образовательный стандарт (ФГОС)

2021

2023-2024

№ 952 от 12.08.2020

Код		Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности. Профессиональные стандарты
80	ФИНАНСЫ И ЭКОНОМИКА	
08.035	МАРКЕТОЛОГ	

Основной	Типы задач профессиональной деятельности
+	организационно-управленческий
+	информационно-аналитический

СОГЛАСОВАНО

Первый проректор

Директор института образовательных программ

Директор института

Заведующий кафедрой

/ С.В. Авдашкевич/

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

О.Г. Смешко

20 23 г.

/ А.С. Тамби/

Календарный учебный график

Mec	(Сентя	ябрь	<u>ر</u>		Окт	гябр	ь	2		Ноя	брь		,	Дека	абрь		4	Ян	варі	ь	_	Фе	вра.	ль	1		Ma	рт		2	Αпן	рель	, ,			Май			Ин	ОНЬ		2	ı	⁄1юлі	Ь	_		Авгу	уст	
Числа	1-7	8 - 14	15 - 21	27 - 79 -		9 - 12	13 - 19	20 - 26		3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 30	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28		5 - 11	12 - 18	19 - 25	- 56 -	2 - 8	9 - 15	16 - 22	23 -	2 - 8	9 - 15	16 - 22			6 - 12	13 - 19	20 - 26	4 - 10	07 - 17	11 - 1/	25 - 31	1-7	8 - 14	15 - 21	22 - 28	29 -	6 - 12		20 - 26	1	3-9	10 - 16	17 - 23	24 - 31
Нед	1	2	3 4	4 5	5 (6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26			29		31			34 3			37 38				42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52
								-	=	*			ო	n n	m				*							*		*									3 3	э Э					y y	У	K K	K K	K K	K K	K K	K K	K K
I	=	=	= :	= =	= =	=	=	=	=			Э Э	Э Э	Э Э				*	*				4														9 3	3					У	У	К	К	К	К	К	К	К
								į	=			э э	<u>э</u>	э э				*																>	*	,	3 3	3		*			У	У	K	К	К	К	K	K	K
															Э	Э	Э		*							*		*	П	П	П	П	П	ПГ	1 Г	1		Э	Э				_		К	К	К	К	К	К	K
										*					Эc	Э	Э		*										П	П	П	П	П		<u>1 [</u>	1	3	ÌЭ	3						К	К	К	К	К	К	К
II			-		-	_	_								<u> </u>	<u>ع</u>	<u>ع</u>	*	*		_		-					_	Н	ㅐ	П	ㅐ	П	<u>П I</u>	<u>I I I</u> I I Г	1 2	3 3	3							K	K	K	К	K	K	K
															Э	Э	Э	*										П	П	п	П	п	п	<u> ;</u>	<u>і</u> Г	i 🛭	9 B	э		*					К	К	К	К	К	К	K
															η	Э	Э	*										П	П	П	П	П	П	ПГ	1 *	· /	3 3	Э							К	К	К	К	К	К	К
				-						Э *	Э Э	Э Э	П <u>д</u>	Пд Пд	П <u>д</u>	Пд Пд			*	$\overline{}$	Γ	<u>Г</u>	Д	<u>Д</u> Д	Д	*	K K	* K	K K	K K	K K																				
III					+	4	4		3	3	3		Пд	Пд	Пд	Пд		*	*	F	Γ	<u>Д</u>	<u>Д</u>	Д Д	Д	K	К	К	К	К	=	=	=	= =	= =	= =	- -	:	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=
					#				Э	э э	э э		ПД	Пд	Пд	Пд		*		ŗ	ŗ	Д	Д	Ä	<u>Д</u>	К	K	К	К	K	=																				

Сводные данные

		Курс 1	Курс 2	Курс 3	Итого
	Теоретическое обучение	26 2/6	29	11 1/6	66 3/6
Э	Экзаменационные сессии	5 4/6	5 5/6	2 4/6	14 1/6
У	Учебная практика	2			2
П	Производственная практика		8		8
Пд	Преддипломная практика			4	4
Д	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы			4	4
Γ	Подготовка к сдаче и сдача гос. экзамена			2	2
К	Продолжительность каникул	50 дн	50 дн	34 дн	134 дн
*	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	13 дн	13 дн	10 дн	36 дн
Про	должительность	304 дн	365 дн	212 дн	
Вис	окосный год				

^{*}Нерабочие праздничные дни – в соответствии со ст. 112 «Трудового кодекса Российской Федерации» от 30.12.2001 №197-Ф3

	-	Формы пром. атт.	3.e.	-		Итого	акад.часов		-		Cerr	сия 1		Kypc 1		Cei	ссия 3		_			Сесси	я 1	ŀ	(ypc 2		Cer	сия 3			- 1			Курс 3 Сессия 1		
ть в не Индекс	Наименование	Экза мен Зачет с кр	Экспер тное Факт	Часов в з.е.	Экспер	По Конт. плану раб.	. CP Ko	нт Пр. ль подгот	з.е. на	Лек Пр Пр		CP CP np.	Конт Фо	рмы Лек	Пр Пр подго	ip. _{VCB}	OC CP CP II	р. Конт	Формы з.е. н контр. курс	на Лек	Пр Пр п		СР СРп	р. Конт Фор	омы Лек	Пр Пр п		DC CP	СР пр. Кон подгот рол	т Формы контр.	з.е. на курсе	Лек Пр	Пр пр. подгот		СР СР пр. Ко	онт Ф
1.Дисциплины	(MORVEM)	7101	90 90							18 46 3					30 26		570 132		33		30 30	0 29				20 20) 20	380	60 27				30 18	\rightarrow	373 78 3	
тельная часть	(нодули)		33 33			1188 133		4 220		10 34 2					12 8		243 42		7		10 10		206 48		12	20 20	, 20	303	00 27		15	10 50	50 10		75 70 .	
51.O.01	Современные проблемы менеджмента	1	3 3	36	108	108 13	91 4	32	3	2 6	<u>6</u> 5	91 <u>26</u>	4	3																						\neg
Б1.О.02	Методы исследования в менеджменте	1	3 3	36	108	108 13	91 4	32	3	2 6	<u>6</u> 5	91 26	4	3																						
Б1.О.03	Профессиональный иностранный язык	1	4 4	36	144	144 16	119 9)	4	10	6	119	9	э																						
Б1.О.04	Проектное управление	2 2	4 4	36	144	144 16	119 9	<u>38</u>											4	4	6 <u>6</u>	6	119 <u>32</u>	9 э	р										\perp	
Б1.О.05	Организация исследовательской деятельности	1	3 3	36	108	108 10	89 9	16	3	2 4	4 4	89 <u>12</u>	9	э																						
51.O.06	Современные коммуникативные технологии	1	2 2	36	72	72 9	59 4		2					2	4	3	59	4	3																-	\neg
F 51.0.07	Экономические аспекты управленческой	2	3 3	36		108 12	87 9	20											3	4	4 4	1	87 16	0 -										\neg	$\overline{}$	\neg
	деятельности	2																	_	7	7 1	, ,	87 10	, ,	,										\rightarrow	
E1.0.08	Кросс-культурные коммуникации	1	3 3			108 9	95 4		3					2	2 2	5	95 <u>30</u>	4	3																\rightarrow	\blacksquare
F1.0.09	Исследование систем управления	1	3 3		_						<u>6</u> 5		4														-	_		+			+-+-+	\longrightarrow	+	\dashv
51.O.10 51.O.11	Профессионально-личностное саморазвитие Маркетинговый анализ	1 1	2 2		72 108		61 4 89 4	18	3	2 2	3	61	4	3 4	6 <u>6</u>	5	89 12	1	3			+			+++			_		+			+++	+++	++	\dashv
	маркетинговыи анализ		57 57				1681 12			8 12 1	2 10	204 36	18		18 18		327 90			14	20 20	0 19	388 70	27	12	20 20) 20	380	60 27		13	16 30	30 18		373 78 3	31
Б1.B.01	Международный маркетинг	2	4 4				117 9	_		- 12	10	20. 30		12	10		327 90		4		20	15	70		4	8 8			12 9				30 10			
	Медиа-рилейшнз и оценка эффективности	1	4 4	26		144 16	119 9		4					4	6 6	6	119 30	9	3													\neg		+	++	\exists
	рекламной и PR-деятельности	*	1 1	30										7					3			\perp			\perp		\perp			\perp			+	\rightarrow	+	
- 51.B.03	Продакт-менеджмент	1	4 4		144				4			117 00		4	6 <u>6</u>	6	119 <u>30</u>	9	э		_	+		+	+		+	_		+		\longrightarrow	+	\longrightarrow	+	_
51.B.04	Управление цифровой репутацией	1	4 4				117 9		4	6 6	<u>b</u> 6	11/ 26	9	э	\vdash	+		+				+			+		+ -		22 -	+		-	+	+++	++	\dashv
- Б1.В.05	Маркетинговые стратегии предприятия Операционное обеспечение маркетинговой	2	5 5			180 20										+		+	5			+			4	8 8	. 8	151	<u>32</u> 9	э			+-+-	+	+	\dashv
Б1.В.06	операционное обеспечение маркетинговой деятельности	1	3 3	36	108	108 15	89 4	36	3					4	6 <u>6</u>	5	89 <u>30</u>	4	3]					[<u> </u>									
Б1.В.07	Маркетинг инноваций	2 2	6 6	36	216	216 27	180 9	54											6	6	12 <u>12</u>	2 9	180 <u>42</u>	9 э	р											
Б1.B.08	Формирование сбытовой политики	3	3 3			108 14		18																							3	4 6	<u>6</u> 4		85 <u>12</u>	9
Б1.В.09	Маркетинговое планирование	2	4 4					20											4						4	4 <u>4</u>	6	121	<u>16</u> 9	э						_
Б1.В.10	Маркетинговый аудит	3	4 4			144 18										\perp						+			\perp		+			\perp	4	4 8	<u>8</u> 6	\perp	117 <u>28</u>	9
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.01	2	4 4		144	144 14	121 9	18											4	4	4 4	<u>i</u> 6	121 <u>14</u>	9 3	•									\longrightarrow	\rightarrow	_
- Б1.В.ДВ.01.01	Организация и проведение коммуникационных кампаний	2	4 4	36	144	144 14	121 9	18											4	4	4 <u>4</u>	<u> 6</u>	121 <u>14</u>	9 3	•											
Б1.В.ДВ.01.02	Бренд-коммуникационные кампании	2	4 4	36	144	144 14	121 9	18											4	4	4 <u>4</u>	6	121 <u>14</u>	9 3	•											
⊢ Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.02	2	3 3		108	108 12	87 9	18											3	4	4 4	4	87 <u>14</u>	9 3	•											
+ Б1.В.ДВ.02.01	Ценовая политика компании	2	3 3	36	108	108 12	87 9	18											3	4	4 <u>4</u>	4	87 <u>14</u>	9 3	9											
- Б1.В.ДВ.02.02	Ценообразование в менеджменте	2	3 3	36		108 12	87 9												3	4	4 <u>4</u>	4	87 <u>14</u>	9 3	•											
+ Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.03	1	3 3		108	108 12	87 9	16	3	2 6	<u>6</u> 4	87 <u>10</u>	9	э																					\perp	
+ Б1.В.ДВ.03.01	Поведение потребителей и управление отношениями с клиентами	1	3 3	36	108	108 12	87 9	16	3	2 6	6 4	87 <u>10</u>	9	э																						
- Б1.В.ДВ.03.02	Управление лояльностью потребителей	1	3 3	36	108	108 12	87 9	16	3	2 6	6 4	87 <u>10</u>	9	э																				-	+	\neg
+ Б1.В.ДВ.04	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.04	3	3 3		108	108 16	83 9																								3	4 8	8 4		83 <u>10</u>	9
+ Б1.В.ДВ.04.01	Технологии исследования маркетинговых	3	3 3	36	108	108 16	83 9	18																							3	4 8	8 4		83 <u>10</u>	9
	коммуникации	2																															_			
	Коммуникационный менеджмент Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.05	3	3 3			108 16 108 16																			-					-		4 8				9
	Бренд-менеджмент	3 3	3 3	\rightarrow		108 16		36 36								+ +						+		1 -			+ +			+			<u>8</u> 4		88 <u>28</u> 88 <u>28</u>	_
	Маркетинг в сфере услуг	3	3 3																														8 4		88 28	_
с 2.Практика		<u> </u>	21 21	_		756 20		736	3								4 104 104	1	12									8 424	424		6				208 208	
ательная часть			12 12			432 12		420	3								4 104 104		6									4 212			3			4	104 104	
Б2.О.01(У)	Учебная практика (Ознакомительная практика)	1	3 3	36	108	108 4	104	104	3								4 104 104	1	0																	T
Б2.О.02(П)	Производственная практика (Практика по	2	6 6	36	 	216 4	212	212											6				+	++			++	4 212	212	0		+		++	++	+
Б2.O.03(Пд)	профилю профессиональнои деятельности) Производственная практика (Преддипломная	3	3 2	36		108 4	104	104															\dashv				+				3	+		4	104 <u>104</u>	\dashv
D2.0.03(ПД)	практика (обязательная часть))		, ,	30				107																							3			7	J. <u>107</u>	
ь, формируемая	участниками образовательных отношен		9 9		324	324 8	316	316											6									4 212	212		3			4	104 104	
52.B.01(Π)	Производственная практика (Профессионально -маркетинговая практика)	2	6 6	36	216	216 4	212	212											6				\perp	\bot			$\perp \perp$	4 212	212	0					$\perp \perp \perp$	_
Б2.B.02(Пд)	Производственная практика (Преддипломная практика (часть, формируемая участниками образовательных отношений))	3	3 3	36	108	108 4	104	104																							3			4	104 <u>104</u>	
3.Государствен	ная итоговая аттестация	<u> </u>	9 9		324	324 12	312																								9			12 3	312	
	Подготовка к сдаче и сдача государственного																																			
53.01	экзамена		3 3	36	108	108 10	98																				\perp			\perp	3		$\perp \perp \perp \perp$	10	98	
Б3.02	Подготовка к процедуре защиты и защита		6 6	36	216	216 2	214																								6			2	214	
	выпускной квалификационной работы		Ů	30																							\perp				ŭ					
акультативны	е дисциплины		4 4		144	144 22	114 8	36											4	4	4 4	3	57 14	4	4	4 4	3	57	14 4							4
ФТД.01	Стратегическое управление человеческими ресурсами	2	2 2	36	72	72 11	57 4	18											2	4	4 4	3	57 <u>14</u>	4 3	3											
	r	2	2 2	36		72 11	57 4	18					 						2	_				+ +				57	14 4			-	+-+	-++	-+-+	\rightarrow