

План одобрен Ученым советом вуза  
Протокол № 2 от 22.04.2025

## УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

38.04.02

38.04.02 Менеджмент

Программа магистратуры: Цифровой маркетинг и управление продажами  
Кафедра: Кафедра агроэкономики и маркетинга  
Институт: Институт экономики, финансов и управления в АПК

Квалификация: магистр

Год начала подготовки (по учебному плану) 2025

Форма обучения: Очная форма

Образовательный стандарт (ФГОС) № 952 от 12.08.2020

Срок получения образования: 2 г.

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

Основной	Типы задач профессиональной деятельности
+	предпринимательский



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Скляр И.Ю.

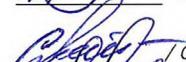
2025 г.

### СОГЛАСОВАНО

Руководитель управления организации образовательного процесса

 / Тунина Н.А./

Руководитель управления инновационных ОП

 / Севостьянова О.И./

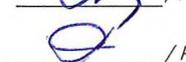
Директор Института экономики, финансов и управления в АПК

 / Гунько Ю.А./

Заведующая кафедрой агроэкономики и маркетинга

 / Агаларова Е.Г./

Руководитель ОП

 / Рыбасова Ю.В./

-	-	-	-	Формы пром. атт.				з.е.		Итого акад.часов					Курс 1						Курс 2								
				Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	Контр.	Экспер тное	Факт	Экспер тное	По плану	Конт. раб.	СР	Конт роль	Интер часы	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	СР	Контро ль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	СР	Контро ль
<b>Блок 1. Дисциплины (модули)</b>								71	71	2556	2556	652	1652	252	176	48	1728	160		202	1114	180	23	828	80		102	538	72
<b>Обязательная часть</b>								60	60	2160	2160	548	1396	216	152	48	1728	160		202	1114	180	12	432	40		56	282	36
	+	Б1.О.01	<b>Организация проектной деятельности</b>	1	111		1	11	11	396	396	108	252	36	32	11	396	40		50	252	36							
	+	Б1.О.01.01	Управление проектами	1				4	4	144	144	30	78	36	8	4	144	10		20	78	36							
	+	Б1.О.01.02	Коммерциализация результатов инновационной деятельности		1			2	2	72	72	20	52		8	2	72	10		10	52								
	+	Б1.О.01.03	Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности		1			2	2	72	72	20	52		8	2	72	10		10	52								
	+	Б1.О.01.04	Инфографика и презентация маркетинговых проектов		1			2	2	72	72	20	52		8	2	72	10		10	52								
	+	Б1.О.01.05	Модульный проект "Управление проектной траекторией: от целеполагания к результату"				1	1	1	36	36	18	18			1	36				18								
	+	Б1.О.02	<b>Маркетинговая аналитика</b>	1	111		1	11	11	396	396	108	252	36	32	11	396	40		50	252	36							
	+	Б1.О.02.01	Маркетинговые исследования в цифровой среде	1				4	4	144	144	30	78	36	8	4	144	10		20	78	36							
	+	Б1.О.02.02	Бизнес-аналитика		1			2	2	72	72	20	52		8	2	72	10		10	52								
	+	Б1.О.02.03	Исследование поведения потребителей		1			2	2	72	72	20	52		8	2	72	10		10	52								
	+	Б1.О.02.04	Экономика и маркетинг отраслевых рынков		1			2	2	72	72	20	52		8	2	72	10		10	52								
	+	Б1.О.02.05	Модульный проект "Исследование внутренних и внешних факторов реализации проекта"				1	1	1	36	36	18	18			1	36				18								
	+	Б1.О.03	<b>Цифровой маркетинг</b>	22	22		2	13	13	468	468	110	286	72	32	13	468	40		52	286	72							
	+	Б1.О.03.01	Performance-маркетинг		2			2	2	72	72	20	52		8	2	72	10		10	52								
	+	Б1.О.03.02	Инновационный маркетинг и брендинг	2				4	4	144	144	26	82	36	8	4	144	10		16	82	36							
	+	Б1.О.03.03	Разработка и реализация цифровых маркетинговых проектов	2				4	4	144	144	26	82	36	8	4	144	10		16	82	36							
	+	Б1.О.03.04	Модульный проект "Комплексная программа продвижения в online пространстве"				2	1	1	36	36	18	18			1	36				18								
	+	Б1.О.03.ДВ.01	<b>Дисциплины по выбору Б1.О.03.ДВ.01</b>		2			2	2	72	72	20	52		8	2	72	10		10	52								
	+	Б1.О.03.ДВ.01.1	Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями		2			2	2	72	72	20	52		8	2	72	10		10	52								
	-	Б1.О.03.ДВ.01.2	Медиапланирование		2			2	2	72	72	20	52		8	2	72	10		10	52								
	+	Б1.О.04	<b>IT в профессиональной деятельности</b>	2	222		2	13	13	468	468	108	324	36	32	13	468	40		50	324	36							
	+	Б1.О.04.01	Информационные технологии в маркетинге		2			2	2	72	72	20	52		8	2	72	10		10	52								
@	+	Б1.О.04.02	Количественный анализ данных		2			4	4	144	144	20	124		8	4	144	10		10	124								
	+	Б1.О.04.03	Графический дизайн и web-технологии		2			2	2	72	72	20	52		8	2	72	10		10	52								
	+	Б1.О.04.04	Разработка мобильных приложений, интернет-магазинов и продающих страниц	2				4	4	144	144	30	78	36	8	4	144	10		20	78	36							
	+	Б1.О.04.05	Модульный проект "Оценка применения сервисов и ПО в процессе продвижения маркетинговых проектов"				2	1	1	36	36	18	18			1	36				18								
	+	Б1.О.05	<b>Управление бизнес-процессами</b>	3	333		3	12	12	432	432	114	282	36	24							12	432	40		56	282	36	
	+	Б1.О.05.01	Технологическое предпринимательство	3				4	4	144	144	30	78	36	8							4	144	10		20	78	36	
	+	Б1.О.05.02	Технология ведения переговоров и взаимодействия с клиентами		3			3	3	108	108	26	82		8							3	108	10		16	82		
	+	Б1.О.05.03	Лидерство и управление командой		3			2	2	72	72	20	52		8							2	72	10		10	52		
	+	Б1.О.05.04	Модульный проект "Оценка MVP проекта"				3	1	1	36	36	18	18									1	36				18		
	+	Б1.О.05.ДВ.01	<b>Дисциплины по выбору Б1.О.05.ДВ.01</b>		3			2	2	72	72	20	52									2	72	10		10	52		
	+	Б1.О.05.ДВ.01.1	Правовая защита бизнеса		3			2	2	72	72	20	52									2	72	10		10	52		

План Учебный план магистратуры '38.04.02-набор\_2025-Менеджмент\_ЦМиУП.plx', программа магистратуры : Цифровой маркетинг и управление продажами, год начала подготовки 20

	Считать в плане	Индекс	Наименование	Формы пром. атт.				з.е.		Итого акад. часов						Курс 1						Курс 2								
				Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	Контр.	Экспертное	Факт	Экспертное	По плану	Конт. раб.	СР	Конт роль	Интер часы	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	СР	Контроль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	СР	Контроль	
	-	Б1.О.05.ДВ.01.	Защита нематериальных активов и авторского права		3			2	2	72	72	20	52									2	72	10		10	52			
<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>								11	11	396	396	104	256	36	24									11	396	40		46	256	36
	+	Б1.В.01	<b>Коммерция и управление продажами</b>	3	333		3	11	11	396	396	104	256	36	24							11	396	40		46	256	36		
	+	Б1.В.01.01	Торговый маркетинг	3				3	3	108	108	20	52	36	8							3	108	10		10	52	36		
	+	Б1.В.01.02	Ценовая политика организации		3			2	2	72	72	20	52		8							2	72	10		10	52			
	+	Б1.В.01.03	Управление продажами, логистикой и цепями поставок		3			3	3	108	108	26	82		8							3	108	10		16	82			
	+	Б1.В.01.04	Международная торговля		3			2	2	72	72	20	52									2	72	10		10	52			
	+	Б1.В.01.05	Модульный проект "Программа дистрибуции проектных решений"				3	1	1	36	36	18	18									1	36				18			
<b>Блок 2. Практика</b>								40	40	1440	1440	10	1430		10	12	432	6			426		28	1008	4			1004		
<b>Обязательная часть</b>								40	40	1440	1440	10	1430		10	12	432	6			426		28	1008	4			1004		
	+	Б2.О.01(У)	Ознакомительная практика		1			6	6	216	216	4	212		4	6	216	4			212									
	+	Б2.О.02(П)	Проектно-технологическая практика			2		6	6	216	216	2	214		2	6	216	2			214									
	+	Б2.О.03(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности			4		10	10	360	360	2	358		2							10	360	2			358			
	+	Б2.О.04(П)	Преддипломная практика			4		18	18	648	648	2	646		2							18	648	2			646			
<b>Блок 3. Государственная итоговая аттестация</b>								9	9	324	324	32	256	36	2								9	324	2			256	36	
	+	Б3.01	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	4				3	3	108	108	2	70	36	2							3	108	2			70	36		
	+	Б3.02	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы					6	6	216	216	30	186									6	216				186			
<b>ФТД. Факультативные дисциплины</b>								2	2	72	72	22	50		8								2	72	10		12	50		
	+	ФТД.01	Развитие компетенции менеджера проекта		3			2	2	72	72	22	50		8							2	72	10		12	50			

	Итого					Курс 1			Курс 2		
	Баз.%	Вар.%	ДВ(от Вар.)%	з.е.		Всего	Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4
				Не менее	Факт						
Итого (с факультативами)				78	122	60	28	32	62	25	37
Итого по ОП (без факультативов)				78	120	60	28	32	60	23	37
Дисциплины (модули)	85%	15%	0%	54	71	48	22	26	23	23	
Обязательная часть					60	48	22	26	12	12	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений					11				11	11	
Практика	100%	0%	0%	18	40	12	6	6	28		28
Обязательная часть					40	12	6	6	28		28
Часть, формируемая участниками образовательных отношений											
Государственная итоговая аттестация				6	9				9		9
Факультативные дисциплины					2				2	2	
Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)			52.5		-	48	55.2	-	55.2	
	ОП, факультативы (в период экз. сессий)			50.4		-	54	46.3	-	54	
Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП			14.4		-	14.4	14.6	-	14.6	
Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1			652		-	216	218	-	218	
	Блок Б2			10		-	4	2	-		4
	Блок Б3			32		-			-		32
	Блок ФТД			22		-			-	22	
	Итого по всем блокам			716		-	220	220	-	240	36
Обязательные формы промежуточной аттестации	ЭКЗАМЕН (Эк)					5	2	3	3	2	1
	ЗАЧЕТ (За)					12	7	5	6	6	
	ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)					1		1	2		2
	КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА (К)					4	2	2	2	2	
Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных				44.12%						
	в интерактивной форме				32.3%						
Объем обязательной части от общего объема программы (%)					83.3%						
Объем конт. работы от общего объема времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)					25.51%						