



**МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Волгоградский государственный социально-педагогический университет" (ФГБОУ ВО "ВГСПУ")

**УТВЕРЖДАЮ**

План одобрен Ученым советом вуза

Протокол № бот 29.03.2021

# УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Ректор \_\_\_\_\_ А.М. Коротков  
" " \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

по программе магистратуры

**38.04.02**

38.04.02 Менеджмент

магистерская программа "Цифровой бизнес- маркетинг и реклама"

Кафедра: Технологии, экономики образования и сервиса

Институт: ИТЭС

Квалификация: <u>Магистр</u>
Программа подготовки: <u>академическая магистратура</u>
Форма обучения: <u>Очно-заочная</u>
Срок получения образования: <u>2г 5м</u>

Типы задач профессиональной деятельности
информационно-аналитический
организационно-управленческий
педагогический

Год начала подготовки (по учебному плану) 2021  
Учебный год 2021-2022  
Образовательный стандарт (ФГОС) № 952 от 12.08.2020

## СОГЛАСОВАНО

Проректор по УР \_\_\_\_\_ /Ю.А. Жадаев/

Начальник УУ \_\_\_\_\_ /Е.В. Орлова/

Директор института \_\_\_\_\_ /А.В. Шохнех/

Руководитель магистерской программы \_\_\_\_\_ /В.С. Телятникова/



## ПланСвод Учебный план магистратуры 'OZGЦБ338.04.02\_21\_1.plx', код направления 38.04.02, год начала подготовки 2021

-	-	-	Форма контроля			з.е.		Итого акад.часов							Курс 1		Курс 2		Курс 3		Закрепленная кафедра	
			Экза мен	Зачет	Зачет оц.	Экспертное	Факт	Экспертное	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	Конт роль	Пр. подгот	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	Код	Наименование
Считать в плане	Индекс	Наименование				60	60	2160	2160	500	1471	189		13	13	10	19	5				
<b>Блок 1.Дисциплины (модули)</b>						21	21	756	756	180	180	486	90	2	4	5	10					
<b>Обязательная часть</b>						21	21	756	756	180	180	486	90	2	4	5	10					
+	Б1.О.01	История и методология науки	3	2		4	4	144	144	32	32	76	36		2	2				34	Технологии, экономики образования и	
+	Б1.О.02	Стратегическое планирование и руководство проектной деятельностью в бизнесе	4			4	4	144	144	26	26	109	9			4				34	Технологии, экономики образования и сервиса	
+	Б1.О.03	Стратегический маркетинг		4		2	2	72	72	26	26	46				2				34	Технологии, экономики образования и	
+	Б1.О.04	Экономическая теория (продвинутый курс)		4		4	4	144	144	26	26	118				4				34	Технологии, экономики образования и	
+	Б1.О.05	Иностраный язык в профессиональной коммуникации		2		2	2	72	72	16	16	56		2						2	Английского языка и методики его преподавания	
+	Б1.О.06	Современные проблемы маркетинга	3			3	3	108	108	26	26	73	9			3				34	Технологии, экономики образования и	
+	Б1.О.07	Методология научных исследований	1			2	2	72	72	28	28	8	36	2						34	Технологии, экономики образования и	
<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>						39	39	1404	1404	320	320	985	99	11	9	5	9	5				
+	Б1.В.01	Правовое регулирование в сфере бизнеса	4			3	3	108	108	26	26	73	9			3				34	Технологии, экономики образования и	
+	Б1.В.02	Менеджмент в инновационной сфере		2		3	3	108	108	24	24	84			3					34	Технологии, экономики образования и	
+	Б1.В.03	Международный маркетинг и реклама	2			3	3	108	108	24	24	48	36			3				34	Технологии, экономики образования и	
+	Б1.В.04	Медиа рекламный бизнес в условиях цифровизации		1		4	4	144	144	24	24	120		4						34	Технологии, экономики образования и сервиса	
+	Б1.В.05	Маркетинговый анализ и управление категориями	2			3	3	108	108	24	24	75	9			3				34	Технологии, экономики образования и сервиса	
+	Б1.В.06	Современная медиакультура в глобальных бизнес- коммуникациях	5			3	3	108	108	30	30	69	9					3		34	Технологии, экономики образования и сервиса	
+	Б1.В.07	Применение искусственного интеллекта в бизнес- маркетинге	1			4	4	144	144	28	28	80	36	4						34	Технологии, экономики образования и сервиса	
+	Б1.В.08	Интегрированные коммуникации в сфере бизнеса			3	3	3	108	108	26	26	82				3				34	Технологии, экономики образования и сервиса	
+	Б1.В.ДВ.01	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1</b>	<b>1</b>			3	<b>3</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>88</b>		3								
+	Б1.В.ДВ.01.01	Нейромаркетинг		1		3	3	108	108	20	20	88		3						34	Технологии, экономики образования и	
-	Б1.В.ДВ.01.02	Стратегии брендинга и бренд-менеджмент		1		3	3	108	108	20	20	88		3						34	Технологии, экономики образования и	
+	Б1.В.ДВ.02	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2</b>	<b>4</b>			2	<b>2</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>56</b>				2						
+	Б1.В.ДВ.02.01	Лидерство		4		2	2	72	72	16	16	56				2				34	Технологии, экономики образования и	
-	Б1.В.ДВ.02.02	Формирование личного бренда		4		2	2	72	72	16	16	56				2				34	Технологии, экономики образования и	
+	Б1.В.ДВ.03	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3</b>	<b>3</b>			2	<b>2</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>26</b>	<b>26</b>	<b>46</b>				2						
+	Б1.В.ДВ.03.01	Управление человеческими ресурсами		3		2	2	72	72	26	26	46				2				34	Технологии, экономики образования и	
-	Б1.В.ДВ.03.02	Управление изменениями		3		2	2	72	72	26	26	46				2				34	Технологии, экономики образования и	
+	Б1.В.ДВ.04	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4</b>	<b>4</b>			2	<b>2</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>56</b>				2						
+	Б1.В.ДВ.04.01	Директ- маркетинг		4		2	2	72	72	16	16	56				2				34	Технологии, экономики образования и	
-	Б1.В.ДВ.04.02	Современные маркетинговые коммуникации		4		2	2	72	72	16	16	56				2				34	Технологии, экономики образования и	
+	Б1.В.ДВ.05	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5</b>	<b>4</b>			2	<b>2</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>56</b>				2						
+	Б1.В.ДВ.05.01	Креативные технологии в бренд-коммуникациях		4		2	2	72	72	16	16	56				2				34	Технологии, экономики образования и сервиса	
-	Б1.В.ДВ.05.02	Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса		4		2	2	72	72	16	16	56				2				34	Технологии, экономики образования и сервиса	
+	Б1.В.ДВ.06	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6</b>	<b>5</b>			2	<b>2</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>52</b>						2				
+	Б1.В.ДВ.06.01	Основы предпринимательской культуры		5		2	2	72	72	20	20	52						2		34	Технологии, экономики образования и	
-	Б1.В.ДВ.06.02	Международный бизнес и предпринимательство		5		2	2	72	72	20	20	52						2		34	Технологии, экономики образования и сервиса	
<b>Блок 2.Практика</b>						54	54	1944	1944	14	14	1930		12	12	15	6	9				
<b>Обязательная часть</b>						54	54	1944	1944	14	14	1930		12	12	15	6	9				
+	Б2.О.01(У)	Ознакомительная практика			3	3	3	108	108	2	2	106				3				34	Технологии, экономики образования и	

ПланСвод Учебный план магистратуры 'OZGЦБ338.04.02\_21\_1.plx', код направления 38.04.02, год начала подготовки 2021

-	-	-	Форма контроля			з.е.		Итого акад.часов							Курс 1		Курс 2		Курс 3		Закрепленная кафедра	
			Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	Экспертное	Факт	Экспертное	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	Конт роль	Пр. подгот	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	Код	Наименование
+	Б2.О.02(П)	Педагогическая практика			2	6	6	216	216	2	2	214				6					34	Технологии, экономики образования и
+	Б2.О.03(У)	Научно-исследовательская работа		12345		39	39	1404	1404	10	10	1394			12	6	12	6	3		34	Технологии, экономики образования и
+	Б2.О.04(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности			5	6	6	216	216			216							6		34	Технологии, экономики образования и сервиса
<b>Блок 3.Государственная итоговая аттестация</b>						6	6	216	216	4	4	212							6			
+	Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена "Цифровой бизнес-маркетинг и реклама"				3	3	108	108	2	2	106							3		34	Технологии, экономики образования и сервиса
+	Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы				3	3	108	108	2	2	106							3		34	Технологии, экономики образования и сервиса

СВОДНЫЕ ДАННЫЕ Учебный план магистратуры 'OZGLБ338.04.02 21 1.plx', код направления 38.04.02, год начала подготовки 2021

		Итого						Курс 1			Курс 2			Курс 3			
		Баз.%	Вар.%	ДВ(от Вар.)%	з.е.			Всего	Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4	Всего	Сем. 5	Сем. 6	
					Мин.	Макс.	Факт										
	Итого (с факультативами)					127	120	50	25	25	50	25	25	20	20		
	Итого по ОП (без факультативов)					123	120	50	25	25	50	25	25	20	20		
Б1	Дисциплины (модули)	35%	65%	33.3%		60	60	26	13	13	29	10	19	5	5		
Б1.О	Обязательная часть					41	21	6	2	4	15	5	10				
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений					26	39	20	11	9	14	5	9	5	5		
Б2	Практика	100%	0%	0%		54	54	24	12	12	21	15	6	9	9		
Б2.О	Обязательная часть					54	54	24	12	12	21	15	6	9	9		
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений																
Б3	Государственная итоговая аттестация					9	6							6	6		
ФТД	Факультативные дисциплины					4											
	Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)					39.7	-	39.6	39.7	-	35	44.4	-	34.2		
		ОП, факультативы (в период экз. сессий)					21	-	36	22.5	-	22.5	9	-	9		
		в период гос. экзаменов						-			-			-	54		
	Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП					10.1	-	10	9.8	-	10.5	10.2	-	10		
	Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1					500	-	100	104	-	94	152	-	50		
		Блок Б2					14	-	2	4	-	4	2	-	2		
		Блок Б3					4	-			-			-	4		
		Блок ФТД						-			-			-			
		Итого по всем блокам					518	-	102	108	-	98	154	-	56		
	Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕН (Эк)						4	2	2	4	2	2	1	1		
		ЗАЧЕТ (За)						7	3	4	8	2	6	2	2		
		ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)						1		1	2	2		1	1		
	Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных					34.4%										
	Объём обязательной части от общего объёма программы (%)						62.5%										
	Объём конт. работы от общего объёма времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)						23.15%										