

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»
Международный институт экономики, менеджмента и информационных систем

План утвержден Ученым советом вуза

Протокол № 6 от 30.06.2020

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

38.04.02

38.04.02 Менеджмент

Программа магистратуры: Стратегический маркетинг и менеджмент

Кафедра: Кафедра менеджмента, организации бизнеса и инноваций

Квалификация: магистр
Программа подготовки: академическая магистратура
Форма обучения: Очно-заочная
Срок получения образования: 2г 6м

Год начала подготовки (по учебному плану) 2020

Образовательный стандарт (ФГОС) № 322 от 30.03.2015

+	Основной	Виды профессиональной деятельности
+	+	научно-исследовательская
+	-	организационно-управленческая
+	-	аналитическая

Индекс	Наименование	Форма контроля				з.е.	Итого акад. часов			Курс 1				Курс 2				Курс 3				Компетенции
		Эк а ме н	Зач ет с оц.	КР	Экс пер тно е		По пла ну	Кон так т час ы	СР	Сем. 1		Сем. 2		Сем. 3		Сем. 4		Сем. 5		Сем. 6		
										з.е.	Лек	Ла б	Пр	з.е.	Лек	Ла б	Пр	з.е.	Лек	Ла б	Пр	
Блок 1. Дисциплины (модули)																						
Базовая часть																						
Б1.Б.1	Методология научных исследований		1		3	108	20	88	3	8		12										ОК-1; ОК-3; ОПК-3
Б1.Б.2	Современные технологии разработки и принятия управленческих решений	1			3	108	20	61	3	8		12										ОК-2
Б1.Б.3	Аналитические методы и модели в экономике и управлении	1			3	108	20	61	3	8		12										ОК-1
Б1.Б.4	Деловой иностранный язык		2		3	108	20	88					3	8		12						ОК-3; ОПК-1
Б1.Б.5	Эффективные коммуникации и управление человеческими ресурсами	2			3	108	20	61					3	8		12						ОПК-1; ОПК-2
Б1.Б.6	Теория организации и организационное поведение	1			3	108	20	61	3	8		12										ОПК-2; ПК-1
						18	64	12	42	12	32	48	6	16	24							
Вариативная часть																						
Б1.В.1	Современные теории менеджмента		1		3	108	20	88	3	8		12										ПК-6
Б1.В.2	Современное стратегическое управление		1		3	108	20	88	3	8		12										ОК-2; ПК-1; ПК-2
Б1.В.3	Стратегический маркетинг	3			3	108	20	61					3	8		12						ОК-2; ПК-2
Б1.В.4	Комплексный экономический анализ		3		3	108	20	88					3	6		14						ПК-5
Б1.В.5	Прогнозирование конъюнктуры рынка	4			3	108	20	61						3	6	8	6					ПК-4
Б1.В.6	Маркетинговые исследования и бенчмаркинг	3			3	108	20	61					3	6		14						ОПК-3; ПК-4
Б1.В.7	Организация исследовательской деятельности		2		3	108	20	88					3	8		12						ПК-7; ПК-8; ПК-9
Б1.В.8	Современный стратегический анализ	4			3	108	20	61						3	6		14					ПК-5
Б1.В.9	Товарная политика предприятия на национальных и глобальных рынках		3		3	108	20	88					3	8		12						ПК-5
Б1.В.10	Инновационный менеджмент: продвинутый уровень		3		3	108	20	88					3	6		14						ПК-6
Б1.В.11	Управление изменениями и развитием	1			3	108	20	88	3	8		12										ПК-1; ПК-2
Б1.В.ДВ.1	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)	4			3	108	20	88						3	6		14					
Б1.В.ДВ.1.1	Стратегическое планирование и управление проектами		4		3	108	20	88						3	6		14					ПК-1; ПК-2

Б1.В.ДВ.1.2	Современные модели бизнеса и стратегическое управление	4		3	108	20	88														3	6	14															ПК-1; ПК-2			
Б1.В.ДВ.2	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)	2		2	72	14	58															2	6	8																	
Б1.В.ДВ.2.1	Управленческая экономика	2		2	72	14	58															2	6	8															ПК-1; ПК-3; ПК-4		
Б1.В.ДВ.2.2	Финансы бизнеса: теория и практика	2		2	72	14	58															2	6	8															ПК-3		
Б1.В.ДВ.3	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)	4		3	108	20	61																																		
Б1.В.ДВ.3.1	Маркетинг территорий	4		3	108	20	61																																	ПК-5	
Б1.В.ДВ.3.2	Маркетинговая аналитика	4		3	108	20	61																																	ПК-5	
Б1.В.ДВ.4	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)	4		2	72	14	58																																		
Б1.В.ДВ.4.1	Цифровой маркетинг	4		2	72	14	58																																	ПК-1	
Б1.В.ДВ.4.2	Интернет-маркетинг	4		2	72	14	58																																	ПК-1	
Б1.В.ДВ.5	Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)	3		2	72	14	58																2	4	10																
Б1.В.ДВ.5.1	Маркетинговое планирование	3		2	72	14	58																	2	4	10														ПК-2; ПК-5	
Б1.В.ДВ.5.2	Стратегия управления лояльностью потребителей	3		2	72	14	58																	2	4	10														ПК-2	
Б1.В.ДВ.6	Дисциплины (модули) по выбору 6 (ДВ.6)	4		2	72	14	58																																		
Б1.В.ДВ.6.1	Маркетинг взаимоотношений и партнерские отношения	4		2	72	14	58																																	ОПК-1; ПК-5	
Б1.В.ДВ.6.2	Маркетинг в индустрии впечатлений	4		2	72	14	58																																	ПК-4	
Б1.В.ДВ.7	Дисциплины (модули) по выбору 7 (ДВ.7)	4		2	72	14	58																																		
Б1.В.ДВ.7.1	Стратегическое управление логистикой	4		2	72	14	58																																	ПК-1	
Б1.В.ДВ.7.2	Логистика и управление цепями поставок	4		2	72	14	58																																	ПК-1	
Б1.В.ДВ.8	Дисциплины (модули) по выбору 8 (ДВ.8)	4		2	72	14	58																																		
Б1.В.ДВ.8.1	Основы социального предпринимательства	4		2	72	14	58																																	ПК-1	
Б1.В.ДВ.8.2	Основы технологического предпринимательства	4		2	72	14	58																																	ПК-1	
					51	18	34	13	9	24						36	5	14							20	17	38														
					69	24	46	17	21	56						84	11	30									44	17	38												
Блок 2. Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)																																									
Вариативная часть																																									
Б2.В.1	Учебная практика		1	6	21	6	48	16	8	6																													ОК-1; ОК-3; ОПК-3; ПК-4; ПК-8		
Б2.В.1.1(У)	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков		1	6	21	6	48	16	8	6																													ОК-1; ОК-3; ОПК-3; ПК-4; ПК-8		
Б2.В.2	Производственная практика		25	5	36	12	96	24	12	72					15																								ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9		

