

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кандрашина Елена Александровна
Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
Дата подписания: 08.08.2025 13:37:04
Уникальный программный ключ:
2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГАОУ ВО "Самарский государственный экономический университет"
Институт менеджмента

План одобрен Ученым советом вуза
Протокол № 10 от 22.05.2025

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

38.04.02

38.04.02 Менеджмент

Программа магистратуры: Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации
Кафедра: Маркетинга, логистики и рекламы
Институт: Институт менеджмента

Квалификация: магистр
Форма обучения: Очная форма
Срок получения образования: 2 г.

Год начала подготовки (по учебному плану)	2025
Учебный год	2025-2026
Образовательный стандарт (ФГОС)	№ 952 от 12.08.2020

Код	Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности. Профессиональные стандарты
06	СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
08	ФИНАНСЫ И ЭКОНОМИКА
08.035	МАРКЕТОЛОГ

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

СОГЛАСОВАНО

Проректор по образовательной деятельности / Сураева М.О./

Начальник УМУ / Смолина Е.С./

Зав. кафедрой / Яхнеева И.В./

УТВЕРЖДАЮ

И.о. ректора

Кандрашина Е.А.



						Формы прок. атт.			з.е.		Итого акад.часов										Курс 1																	Семестр 3								Курс 2								Семестр 4										Зачет данная																	
Считать в плане		Индекс		Наименование		Экс. мен	Зачет	С оц.	КП	Эксперт твое	Факт	Наско в з.е.	Эксперт твое	По плану	Кон. раб.	Ауд.	Лек	Пр	ИКР	ГКР	з.е.	Итого	Кон. раб.	Ауд.	Лек	Пр	ИКР	СП	ГКР	Кон. роль	з.е.	Итого	Кон. раб.	Ауд.	Лек	Пр	ИКР	СП	ГКР	Кон. роль	з.е.	Итого	Кон. раб.	Ауд.	Лек	Пр	ИКР	СП	ГКР	Кон. роль	Код																														
Блок 1.Дисциплины (модули)																													90	90	3240	3240	301.35	272	20	252	7.35	22	27	972	87.2	80	12	68	1.2	746.8	6	138	27	972	79.2	72	8	64	1.2	754.8	6	138	24	864	86.2	76		76	4.2	639.8	6	138	12	432	48.75	44		44	0.75	297.25	4	86			
Обязательная часть																													40	40	1440	1440	127.95	116	20	96	1.95	10	16	576	52.75	48	12	36	0.75	437.25	4	86	16	576	48.75	44	8	36	0.75	441.25	4	86	4	144	12.15	12		12	0.15	113.85		18	4	144	14.3	12		12	0.3	95.7	2	34			
+	Б1.О.01	Иностранный язык в профессиональной деятельности (английский)		1					4	4	36	144	144	12.15	12			12	0.15		4	144	12.15	12		12	0.15	113.85		18																						30																													
+	Б1.О.02	Современные проблемы менеджмента	1						6	6	36	216	216	22.3	20	8	12	0.3	2	6	216	22.3	20	8	12	0.3	159.7	2	34																									40																											
+	Б1.О.03	Методы и модели поддержки принятия решений (в профессиональной области)	1						6	6	36	216	216	18.3	16	4	12	0.3	2	6	216	18.3	16	4	12	0.3	163.7	2	34																									4																											
+	Б1.О.04	Прикладные программные продукты в профессиональной деятельности	2						4	4	36	144	144	12.15	12			12	0.15								12	0.15	113.85		18																							4																											
+	Б1.О.05	Экспертно-аналитическая деятельность в профессиональной сфере	2						6	6	36	216	216	18.3	16			16	0.3	2						16	0.3	163.7	2	34																								35																											
+	Б1.О.06	Современные концепции маркетинга	2						6	6	36	216	216	18.3	16	8	8	0.3	2						6	216	18.3	16	8	8	0.3	163.7	2	34																						35																									
+	Б1.О.07	Управление проектной деятельностью в профессиональной сфере	4	3					8	8	36	288	288	26.45	24			24	0.45	2																																				35																									
Часть, формируемая участниками образовательных отношений																													50	50	1800	1800	173.4	156		156	5.4	12	11	396	34.45	32		32	0.45	309.55	2	52	11	396	30.45	28		28	0.45	313.55	2	52	20	720	74.05	64		64	4.05	525.95	6	120	8	288	34.45	32		32	0.45	201.55	2	52			35
+	Б1.В.01	Управление поведением потребителей		1					4	4	36	144	144	12.15	12			12	0.15		4	144																																																											