

УТВЕРЖДАЮ

План одобрен Ученым советом вуза
Протокол № 8 от 03.04.2017

БАЗОВЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

подготовки магистров

Ректор  Пыжикова Н.И.
"03" 04 2017 г.



38.04.02

Направление 38.04.02 (5.38.04.02) Менеджмент
Направленность "Маркетинг"

Кафедра: Управления и маркетинга в АПК

Квалификация: магистр
Программа подготовки: академ. магистратура
Форма обучения: очная
Срок обучения: 2г
Виды деятельности
- научно-исследовательская
- педагогическая
- аналитическая

Год начала подготовки 2017
Год окончания подготовки 2019
Образовательный стандарт 322
30.03.2015

СОГЛАСОВАНО

Проректор по УР _____ / Сорокатая Е.И./
Начальник ОЛОКО _____ / Новикова В.Б./
Директор института _____ / Шапорова З.Е./
Председатель методической комиссии _____ / Белова Л.А./
Заместитель министра сельского хозяйства Красноярского края _____ / Дивногорцева О.И./



Индекс	Наименование	Формы контроля				Всего часов										ЗЕТ		Распределение по курсам и семестрам																				Итого часов в учебном плане (по учеб. зан.)	Зачисленная нагрузка	Компетенции				
		Экзамены	Зачеты	Зачеты с оценкой	Курсовые работы	По плану	По факту	Контакт. раб. (по учеб. зан.)	в том числе			Контроль	Экспертное	Факт	Семестр 1 [11 нед]				Семестр 2 [13 нед]				Семестр 3 [10 нед]				Семестр 4 [10 нед]				Часов в ЗЕТ	ЗЕТ в нед.												
									из них						Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр	СРС			Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр				СРС	Контроль	ЗЕТ	
									Лек	Лаб	Пр																																	
4	Итого	7	6	11	4	4464	4464	866	230	80	556	1483	225	124	124	50	22	140	364	72	24	72	38	176	362	72	38	50	20	120	350	36	25	58	120	407	45	37	-	326				
6	Итого по ООП (без факультативов)	7	4	11	4	4320	4320	832	218	80	534	1373	225	120	120	50	22	140	364	72	24	60	38	164	314	72	36	50	20	120	350	36	25	58	110	345	45	35	-	314				
8	Б=27%, В=73% ДВ(от В)=33.33%							35%	25%	10%	65%	56%	9%																															
9	Итого по блоку Б1	6	4	11	4	2376	2376	824	210	80	534	1336	216	66	66	50	22	140	364	72	18	60	38	164	314	72	18	50	20	120	350	36	16	50	110	308	36	14	-	314				
11	Б=27%, В=73% ДВ(от В)=33.3%							35%	25%	10%	65%	56%	9%																															
12	Б1 Дисциплины (модули)	6	4	11	4	2376	2376	824	210	80	534	1336	216	66	66	50	22	140	364	72	18	60	38	164	314	72	18	50	20	120	350	36	16	50	110	308	36	14	-	314				
14	Б1.Б Базовая часть	3	2	1	2	648	648	216	52	22	142	324	108	18	18	20	22	54	192	36	9	12	38	22	36	3	10		30	68		3	10	20	42	36	3	36	18	79	ПК-5			
15	Б1.Б.1 Управленческая экономика	2				108	108	50	12		38	22	36	3	3							12	38	22	36	3																		
16								18	6		12											6	12																					
18	Б1.Б.2 Методы исследований в менеджменте		1	1		108	108	32	10		22	76		3	3						10		22	76		3																		
19								12	4		8										4		8																					
21	Б1.Б.3 Современный стратегический анализ	4			4	108	108	30	10		20	42	36	3	3													10		20	42	36	3	36										
22								12	4		8																	4		8														
24	Б1.Б.4 Корпоративные финансы		3			108	108	40	10		30	68																10		30	68		3	36										
25								14	4		10																	4		10														
27	Б1.Б.5 Теория организации и организационное поведение	1				108	108	42	10		32	30	36	3	3						10		32	30	36	3																		
28								16	4		12											4		12																				
30	Б1.Б.6 Профессиональные коммуникации на иностранном языке		1			108	108	22		22	86			3	3							22		86		3																		
31								10		10												10																						
35	Б1.В Вариативная часть	3	2	10	2	1728	1728	608	158	58	392	1012	108	48	48	30		86	172	36	9	48	38	126	292	36	15	40	20	90	282	36	13	40	90	266		11	-	232				
37	Б1.В.ОД Обязательные дисциплины	3	1	6	2	1152	1152	408	118	20	270	636	108	32	32	20		54	106	36	6	48		126	222	36	12	30	20	60	214	36	10	20	30	94		4	-	162				
38	Б1.В.ОД.1 Методология решения научных задач и проблем в маркетинге	1			1	108	108	32	10		22	40	36	3	3	10		22	40	36	3																							
39								14	4		10											4		10																				
41	Б1.В.ОД.2 Методика и методология преподавания маркетинговых дисциплин			1		108	108	42	10		32	66		3	3	10		32	66		3																							
42								16	4		12											4		12																				
44	Б1.В.ОД.3 Экономико-математические модели в теории управления и исследование операций			3		108	108	30	10	20		78		3	3													10	20		78		3											
45								12	4	8												4	8																					
47	Б1.В.ОД.4 Оценка эффективности маркетинговых решений	2				108	108	50	12		38	22	36	3	3							12	38	22	36	3																		
48								20	6		14											6	14																					
50	Б1.В.ОД.5 Маркетинговые технологии управления предприятием		4			144	144	50	20		30	94		4	4														20	30	94		4	36										
51								18	8		10																		8	10														
53	Б1.В.ОД.6 Ценообразование в маркетинге		2			108	108	50	12		38	58		3	3							12	38	58		3																		
54								20	6		14											6	14																					
56	Б1.В.ОД.7 Конкурентный анализ товаров и рынков	3			3	144	144	40	10		30	68	36	4	4													10	30	68	36	4												
57								14	4		10											4		10					4		10													
59	Б1.В.ОД.8 Инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций		2			108	108	50	12		38	58		3	3							12	38	58		3																		
60								22	8		14											8	14																					
62	Б1.В.ОД.9 Стратегический и тактический инновационный маркетинг		3			108	108	40	10		30	68		3	3													10	30	68		3	36											
63								14	4		10											4	10						4	10														
65	Б1.В.ОД.10 Философия маркетинга		2			108	108	24	12		12	84		3	3							12	12	84		3																		
66								12	6		6											6	6																					
70	Б1.В.ДВ Дисциплины по выбору		1	4		576	576	200	40																																			

