

Министерство науки и высшего образования РФ

ФГБОУ ВО "Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова"

План одобрен Ученым советом вуза

Протокол № 9 от 30.04.2020

38.04.02

## РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

Направление 38.04.02 Менеджмент  
Программа "Маркетинг, реклама и связи с общественностью"

Кафедра: Маркетинга и рекламы  
Факультет: Экономики и управления

Квалификация: магистр
Программа подготовки: академическая магистратура
Форма обучения: Очная
Срок получения образования: 2г

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

Год начала подготовки (по учебному плану) 2020  
Учебный год 2020-2021  
Образовательный стандарт (ФГОС) № 322 от 30.03.2015

### СОГЛАСОВАНО

Первый проректор Л.А. Агузарова / Агузарова Л.А./

Начальник ОМИО Т.А. Мурадова / Мурадова Т.А./

Декан Л.М. Цаллагова / Цаллагова Л.М./

Руководитель магистерской программы И.Х. Кучиева / Кучиева И.Х./





-	-	-	Форма контроля				з.е.		Итого акад.часов						Курс 1		Курс 2		Закрепленная кафедра		
			Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспертное	Факт	Экспертное	По плану	Контакт часы	Ауд.	СР	Конт роль	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	Код	Наименование	
Считать в плане	Индекс	Наименование																			
<b>Блок 1.Дисциплины (модули)</b>																					
<b>Базовая часть</b>																					
+	Б1.Б.01	Интегрированные коммуникации	1				4	4	144	144	36	36	72	36	4					118	Маркетинга и рекламы
+	Б1.Б.02	Методы исследований в маркетинге	1				4	4	144	144	36	36	72	36	4					118	Маркетинга и рекламы
+	Б1.Б.03	Современный стратегический анализ в маркетинге		2			2	2	72	72	16	16	56		2					118	Маркетинга и рекламы
+	Б1.Б.04	Теория и практика рекламы	2			2	4	4	144	144	32	32	76	36		4				118	Маркетинга и рекламы
+	Б1.Б.05	Теория и практика связей с общественностью		2			2	2	72	72	32	32	40			2				118	Маркетинга и рекламы
+	Б1.Б.06	Инновационные технологии и стратегии в бизнесе		2			2	2	72	72	32	32	40			2				118	Маркетинга и рекламы
							18	18	648	648	184	184	356	108	8	10					
<b>Вариативная часть</b>																					
+	Б1.В.01	История рекламы и PR		1			2	2	72	72	36	36	36		2					118	Маркетинга и рекламы
+	Б1.В.02	Теория и практика современного маркетинга	1			1	4	4	144	144	36	36	72	36	4					118	Маркетинга и рекламы
+	Б1.В.03	Конкуренция на рынке товаров и услуг		1			2	2	72	72	36	36	36		2					118	Маркетинга и рекламы
+	Б1.В.04	Логистика в бизнесе (продвинутый курс)		1			2	2	72	72	18	18	54		2					118	Маркетинга и рекламы
+	Б1.В.05	Маркетинговый анализ и ситуационный анализ	2				4	4	144	144	32	32	85	27		4				118	Маркетинга и рекламы
+	Б1.В.06	Правовое регулирование рекламной деятельности и PR		2			3	3	108	108	32	32	76			3			38	Теории и истории государства и права	
+	Б1.В.07	Теория и практика потребительского поведения	2				4	4	144	144	32	32	76	36		4				118	Маркетинга и рекламы
+	Б1.В.08	Разработка маркетинговой программы в стратегии компании	3				4	4	144	144	36	36	81	27			4			118	Маркетинга и рекламы
+	Б1.В.09	Разработка рекламных кампаний и PR проектов	3			3	4	4	144	144	36	36	81	27			4			118	Маркетинга и рекламы
+	Б1.В.10	Репутационный менеджмент		3			2	2	72	72	38	38	34				2			118	Маркетинга и рекламы
+	Б1.В.11	Интернет-маркетинг		3			4	4	144	144	36	36	81	27			4			118	Маркетинга и рекламы
+	Б1.В.ДВ.01	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1</b>		<b>1</b>			<b>2</b>	<b>2</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>		2						
+	Б1.В.ДВ.01.01	Коммуникативное взаимодействие		1			2	2	72	72	36	36	36		2					118	Маркетинга и рекламы
-	Б1.В.ДВ.01.02	Организация малого бизнеса		1			2	2	72	72	36	36	36		2						
+	Б1.В.ДВ.02	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2</b>		<b>1</b>			<b>3</b>	<b>3</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>72</b>		3						
+	Б1.В.ДВ.02.01	Иностранный язык в профессиональной деятельности		1			3	3	108	108	36	36	72		3				102	Иностранных языков для неязыковых с	
-	Б1.В.ДВ.02.02	Бизнес-курс иностранного языка		1			3	3	108	108	36	36	72		3						
+	Б1.В.ДВ.03	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3</b>		<b>3</b>			<b>1</b>	<b>1</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>18</b>				1				
-	Б1.В.ДВ.03.01	Международный опыт в рекламном бизнесе		3			1	1	36	36	18	18	18				1				
+	Б1.В.ДВ.03.02	Технологии управления общественным мнением		3			1	1	36	36	18	18	18				1		118	Маркетинга и рекламы	
+	Б1.В.ДВ.04	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4</b>		<b>3</b>			<b>2</b>	<b>2</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	<b>34</b>				2				
+	Б1.В.ДВ.04.01	Территориальный маркетинг		3			2	2	72	72	38	38	34				2		118	Маркетинга и рекламы	
-	Б1.В.ДВ.04.02	Медиапланирование		3			2	2	72	72	38	38	34				2				
+	Б1.В.ДВ.05	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5</b>		<b>3</b>			<b>2</b>	<b>2</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>54</b>				2				
+	Б1.В.ДВ.05.01	Особенности рекламы и PR в банковской деятельности		3			2	2	72	72	18	18	54				2		46	Международных экономических отнош	
-	Б1.В.ДВ.05.02	Реклама и связи с общественностью в политике		3			2	2	72	72	18	18	54				2				
+	Б1.В.ДВ.06	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6</b>		<b>3</b>			<b>2</b>	<b>2</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>54</b>				2				

-	-	-	Форма контроля				з.е.		Итого акад.часов						Курс 1		Курс 2		Закрепленная кафедра				
			Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспертное	Факт	Экспертное	По плану	Контакт часы	Ауд.	СР	Конт роль	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	Сем. 1	Сем. 2	Сем. 3	Сем. 4	Код
+	Б1.В.ДВ.06.01	Организация системы мерчендайзинга		3			2	2	72	72	18	18	54				2				118	Маркетинга и рекламы	
-	Б1.В.ДВ.06.02	Внутримагазинная реклама		3			2	2	72	72	18	18	54				2						
+	Б1.В.ДВ.07	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.7</b>		<b>2</b>			<b>4</b>	<b>4</b>	<b>144</b>	<b>144</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>112</b>			4							
+	Б1.В.ДВ.07.01	Кросскультурный менеджмент в системе PR		2			4	4	144	144	32	32	112			4					46	Международных экономических отнош	
-	Б1.В.ДВ.07.02	Реклама и связи с общественностью в бизнесе и некоммерческой деятельности		2			4	4	144	144	32	32	112			4							
							51	51	1836	1836	564	564	1092	180	15	15	21						
							69	69	2484	2484	748	748	1448	288	23	25	21						
<b>Блок 2.Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)</b>																							
<b>Вариативная часть</b>																							
+	Б2.В.01(У)	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков			2		6	6	216	216	4	4	212			6					118	Маркетинга и рекламы	
+	Б2.В.02(Н)	Научно-исследовательская работа			123		11	11	396	396	52	52	344		3	3	5				118	Маркетинга и рекламы	
+	Б2.В.03(П)	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (технологическая)			4		6	6	216	216	4	4	212						6		118	Маркетинга и рекламы	
+	Б2.В.04(П)	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая)			4		6	6	216	216	4	4	212						6		118	Маркетинга и рекламы	
+	Б2.В.05(Пд)	Преддипломная			4		13	13	468	468	4	4	464						13		118	Маркетинга и рекламы	
							42	42	1512	1512	68	68	1444		3	9	5	25					
							42	42	1512	1512	68	68	1444		3	9	5	25					
<b>Блок 3.Государственная итоговая аттестация</b>																							
<b>Базовая часть</b>																							
+	Б3.Б.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена					3	3	108	108	10	10	97.5	0.5					3				
+	Б3.Б.02(Д)	Защита ВКР, включая подготовку к защите и процедуру защиты					6	6	216	216			215.5	0.5					6				
							9	9	324	324	10	10	313	1					9				
							9	9	324	324	10	10	313	1					9				
<b>ФТД.Факультативы</b>																							
<b>Вариативная часть</b>																							
+	ФТД.В.01	Перфоманс маркетинг		3			2	2	72	72	18	18	54				2				118	Маркетинга и рекламы	
+	ФТД.В.02	Стартап в цифровой сфере		2			2	2	72	72	36	36	36			2					118	Маркетинга и рекламы	
							4	4	144	144	54	54	90			2	2						
							4	4	144	144	54	54	90			2	2						



Курс 2												Закрепленная кафедра		-	
Сем. 3						Сем. 4									
з.е.	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	Код	Наименование	Компетенции	
												118	Маркетинга и рекламы	ОК-3; ОПК-1; ПК-1; ПК-4	
												118	Маркетинга и рекламы	ОК-1; ОПК-3; ПК-4; ПК-9	
												118	Маркетинга и рекламы	ОК-1; ПК-5	
												118	Маркетинга и рекламы	ОК-2; ОПК-2; ПК-3; ПК-6	
												118	Маркетинга и рекламы	ОК-2; ОПК-2; ПК-2	
												118	Маркетинга и рекламы	ОПК-1; ПК-1; ПК-2	
												118	Маркетинга и рекламы	ПК-5; ПК-6	
												118	Маркетинга и рекламы	ОПК-1; ПК-2; ПК-4; ПК-10	
												118	Маркетинга и рекламы	ПК-1; ПК-2	
												118	Маркетинга и рекламы	ПК-5; ПК-6	
												118	Маркетинга и рекламы	ПК-4; ПК-5; ПК-8	
												38	Теории и истории государства и права	ПК-4	
												118	Маркетинга и рекламы	ОПК-1; ПК-7	
4	18		18	81	27							118	Маркетинга и рекламы	ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5	
4	18		18	81	27							118	Маркетинга и рекламы	ОК-2; ПК-2	
2			38	34								118	Маркетинга и рекламы	ОК-3; ОПК-2; ПК-1	
4	18		18	81	27							118	Маркетинга и рекламы	ОК-1; ПК-1; ПК-10	
														<b>ПК-4</b>	
												118	Маркетинга и рекламы	ПК-4	
														ПК-4	
														<b>ОПК-1; ПК-6</b>	
												102	Иностранных языков для неязыковых	ОПК-1; ПК-6	
														ОПК-1; ПК-6	
1			<b>18</b>	<b>18</b>										<b>ОК-2; ОПК-1; ПК-5</b>	
1			18	18										ОК-2; ОПК-1; ПК-5	
1			18	18								118	Маркетинга и рекламы	ОК-2; ОПК-1; ПК-5	
2			<b>38</b>	<b>34</b>										<b>ОК-1; ПК-1; ПК-9</b>	
2			38	34								118	Маркетинга и рекламы	ОК-1; ПК-1; ПК-9	
2			38	34										ОК-1; ПК-1; ПК-9	
2			<b>18</b>	<b>54</b>										<b>ОК-1; ОПК-1; ПК-4</b>	
2			18	54								46	Международных экономических отнош	ОК-1; ОПК-1; ПК-4	
2			18	54										ОК-1; ОПК-1; ПК-4	
2			<b>18</b>	<b>54</b>										<b>ПК-1; ПК-2</b>	







Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1	Дисциплины (модули)	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; ПК-10
Б1.Б	Базовая часть	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-9
Б1.Б.01	Интегрированные коммуникации	ОК-3; ОПК-1; ПК-1; ПК-4
Б1.Б.02	Методы исследований в маркетинге	ОК-1; ОПК-3; ПК-4; ПК-9
Б1.Б.03	Современный стратегический анализ в маркетинге	ОК-1; ПК-5
Б1.Б.04	Теория и практика рекламы	ОК-2; ОПК-2; ПК-3; ПК-6
Б1.Б.05	Теория и практика связей с общественностью	ОК-2; ОПК-2; ПК-2
Б1.Б.06	Инновационные технологии и стратегии в бизнесе	ОПК-1; ПК-1; ПК-2
Б1.В	Вариативная часть	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОПК-1; ОПК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10
Б1.В.01	История рекламы и PR	ПК-5; ПК-6
Б1.В.02	Теория и практика современного маркетинга	ОПК-1; ПК-2; ПК-4; ПК-10
Б1.В.03	Конкуренция на рынке товаров и услуг	ПК-1; ПК-2
Б1.В.04	Логистика в бизнесе (продвинутый курс)	ПК-5; ПК-6
Б1.В.05	Маркетинговый анализ и ситуационный анализ	ПК-4; ПК-5; ПК-8
Б1.В.06	Правовое регулирование рекламной деятельности и PR	ПК-4
Б1.В.07	Теория и практика потребительского поведения	ОПК-1; ПК-7
Б1.В.08	Разработка маркетинговой программы в стратегии компании	ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5
Б1.В.09	Разработка рекламных кампаний и PR проектов	ОК-2; ПК-2
Б1.В.10	Репутационный менеджмент	ОК-3; ОПК-2; ПК-1
Б1.В.11	Интернет-маркетинг	ОК-1; ПК-1; ПК-10
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1	ПК-4
Б1.В.ДВ.01.01	Коммуникативное взаимодействие	ПК-4
Б1.В.ДВ.01.02	Организация малого бизнеса	ПК-4
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2	ОПК-1; ПК-6
Б1.В.ДВ.02.01	Иностранный язык в профессиональной деятельности	ОПК-1; ПК-6
Б1.В.ДВ.02.02	Бизнес-курс иностранного языка	ОПК-1; ПК-6
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3	ОК-2; ОПК-1; ПК-5
Б1.В.ДВ.03.01	Международный опыт в рекламном бизнесе	ОК-2; ОПК-1; ПК-5
Б1.В.ДВ.03.02	Технологии управления общественным мнением	ОК-2; ОПК-1; ПК-5
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4	ОК-1; ПК-1; ПК-9
Б1.В.ДВ.04.01	Территориальный маркетинг	ОК-1; ПК-1; ПК-9
Б1.В.ДВ.04.02	Медиапланирование	ОК-1; ПК-1; ПК-9
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5	ОК-1; ОПК-1; ПК-4
Б1.В.ДВ.05.01	Особенности рекламы и PR в банковской деятельности	ОК-1; ОПК-1; ПК-4
Б1.В.ДВ.05.02	Реклама и связи с общественностью в политике	ОК-1; ОПК-1; ПК-4
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6	ПК-1; ПК-2

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ Учебный план магистратуры 'Копия G380402-20-1-МЕН МА+ (1).plx', код направления 38.04.02, год начала подготовки 2020

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1.В.ДВ.06.01	Организация системы мерчендайзинга	ПК-1; ПК-2
Б1.В.ДВ.06.02	Внутримагазинная реклама	ПК-1; ПК-2
Б1.В.ДВ.07	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.7	ОК-2; ОПК-1; ПК-2
Б1.В.ДВ.07.01	Кросскультурный менеджмент в системе PR	ОК-2; ОПК-1; ПК-2
Б1.В.ДВ.07.02	Реклама и связи с общественностью в бизнесе и некоммерческой деятельности	ОК-2; ОПК-1; ПК-2
Б2	Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)	ОК-1; ОК-3; ОПК-1; ОПК-3; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10
Б2.В	Вариативная часть	ОК-1; ОК-3; ОПК-1; ОПК-3; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10
Б2.В.01(У)	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	ОК-3; ПК-1; ПК-2; ПК-3
Б2.В.02(Н)	Научно-исследовательская работа	ОК-1; ОК-3; ОПК-3; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10
Б2.В.03(П)	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (технологическая)	ОК-3; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6
Б2.В.04(П)	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая)	ОК-3; ОПК-1; ПК-10
Б2.В.05(Пд)	Преддипломная	ОК-1; ОК-3; ОПК-3; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10
Б3	Государственная итоговая аттестация	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; ПК-10
Б3.Б	Базовая часть	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; ПК-10
Б3.Б.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	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; ПК-10
Б3.Б.02(Д)	Защита ВКР, включая подготовку к защите и процедуру защиты	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; ПК-10
ФТД	Факультативы	ПК-9
ФТД.В	Вариативная часть	ПК-9
ФТД.В.01	Перфоманс маркетинг	ПК-9
ФТД.В.02	Стартап в цифровой сфере	ПК-9

	Итого						Курс 1			Курс 2		
	Баз. %	Вар. %	ДВ(от Вар.)%	з.е.			Всего	Сем 1	Сем 2	Всего	Сем 3	Сем 4
				Мин.	Макс.	Факт						
Итого (с факультативами)				100	151	124	62	26	36	62	28	34
Итого по ОП (без факультативов)				99	141	120	60	26	34	60	26	34
Дисциплины (модули)	26%	74%	31.3%	51	69	69	48	23	25	21	21	
Базовая часть				18	18	18	18	8	10			
Вариативная часть				33	51	51	30	15	15	21	21	
Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)	0%	100%	0%	42	63	42	12	3	9	30	5	25
Вариативная часть				42	63	42	12	3	9	30	5	25
Государственная итоговая аттестация				6	9	9				9		9
Базовая часть				6	9	9				9		9
Факультативы				1	10	4	2		2	2	2	
Вариативная часть				1	10	4	2		2	2	2	
Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)					53.2	-	46.9	60.7	-	52.5	
	ОП, факультативы (в период экз. сессий)					54	-	54	54	-	54	
	в период гос. экзаменов						-			-		54
Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП					15.6	-	16.4	15.9	-	14.5	
Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1					748	-	270	240	-	238	
	Блок Б2					68	-	18	20	-	18	12
	Блок Б3					10	-			-		10
	Блок ФТД					54	-		36	-	18	
	Итого по всем блокам					880	-	288	296	-	274	22
Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕН (Эк)						6	3	3	2	2	
	ЗАЧЕТ (За)						10	5	5	6	6	
	ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)						3	1	2	4	1	3
	КУРСОВАЯ РАБОТА (КР)						2	1	1	1	1	
Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных					29.95%						