Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Саидов Заурбек Асланбекович
Должность: Ректор
Дата подписания: 07.07.2026 08:46:35
Уникальный программный ключ:
2e8339f3ca5e6a5b4531845a12d1bb5d1821f0ab

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО "Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова"
Институт экономики и финансов

УТВЕРЖДАЮ

План одобрен Ученым советом вуза

Протокол № 4 от 07.05.2026

РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

И. о. ректора _____ *Фамилия И.О.*
дата

по программе магистратуры

38.04.06

38.04.06 Торговое дело

Программа магистратуры: Цифровой маркетинг
Кафедра: Экономическая теория и предпринимательство
Факультет: Институт экономики и финансов

Квалификация: Магистр

Форма обучения: Очная
Срок получения образования: 2г

Год начала подготовки (по учебному плану) 2026
Учебный год 2026-2027
Образовательный стандарт (ФГОС) № 982 от 12.08.2020

Код	*Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности. Профессиональные стандарты*
08	ФИНАНСЫ И ЭКОНОМИКА
08.035	МАРКЕТОЛОГ

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

СОГЛАСОВАНО

И.о. директора _____ */ Таштамиров М.Р./*

И.о. зав. кафедрой _____ */Магомадова М.М./*

ПланСвод Учебный план магистратуры '38.04.06 ОФО 2026 ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ.plx', код направления 38.04.06, программа магистратуры : Цифровой маркетинг, год начала подготовки

-	-	-	Форма контроля			з.е.		Итого акад.часов							Курс 1		Курс 2		Закрепленная кафедра	
															Семест	Семест	Семест	Семест		
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	Экспертное	Факт	Экспертное	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	Контроль	Пр. подгот	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	Код	Наименование
Блок 1.Дисциплины (модули)						84	84	3024	3024	944	944	1666	414		24	29	18	13		
Обязательная часть						33	33	1188	1188	374	374	625	189		16	7	10			
+	Б1.О.01	Иностранный язык делового и профессионального общения	3	12		7	7	252	252	85	85	131	36		2	2	3			
+	Б1.О.02	Методология научных исследований	1			6	6	216	216	34	34	128	54		6					
+	Б1.О.03	Цифровизация экономики и бизнеса	2			5	5	180	180	51	51	102	27			5				
+	Б1.О.04	Торговый бизнес в условиях цифровой экономики		3		3	3	108	108	51	51	57					3			
+	Б1.О.05	Проблемы современной экономики	1			5	5	180	180	51	51	93	36		5					
+	Б1.О.06	Цифровые финансовые технологии в бизнесе	3			4	4	144	144	51	51	57	36				4			
+	Б1.О.07	Ценовая политика и ценовая стратегия предприятия		1		3	3	108	108	51	51	57			3					
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						51	51	1836	1836	570	570	1041	225		8	22	8	13		
+	Б1.В.01	Интернет-маркетинг	2	1		7	7	252	252	68	68	157	27		2	5				
+	Б1.В.02	Бизнес-проектирование коммерческой деятельности	3			5	5	180	180	68	68	76	36				5			
+	Б1.В.03	Поведенческие и экспериментальные исследования в маркетинге	2			5	5	180	180	34	34	119	27			5				
+	Б1.В.04	Ритейл-маркетинг в цифровой экономике		2		3	3	108	108	34	34	74				3				
+	Б1.В.05	B2B Маркетинг		3		3	3	108	108	68	68	40					3			
+	Б1.В.06	Маркетинг в финансовых организациях		1		4	4	144	144	34	34	110			4					
+	Б1.В.07	Организационное поведение и поведение потребителей в цифровой экономике	2	1		7	7	252	252	85	85	140	27		2	5				
+	Б1.В.08	Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики		2		4	4	144	144	51	51	93				4				
+	Б1.В.09	Прикладные методы и специальные инструменты маркетинговых исследований		4		2	2	72	72	32	32	40						2		
+	Б1.В.ДВ.01	**Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)**	**4**			5	**5**	**180**	**180**	**32**	**32**	**40**	**108**					5		
+	Б1.В.ДВ.01.01	Логистика внешнеторговой деятельности	4			5	5	180	180	32	32	40	108					5		
-	Б1.В.ДВ.01.02	Логистика сервисного обслуживания	4			5	5	180	180	32	32	40	108					5		
+	Б1.В.ДВ.02	**Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)**		**4**		3	**3**	**108**	**108**	**32**	**32**	**76**						3		
+	Б1.В.ДВ.02.01	Инструменты SMM-маркетинга		4		3	3	108	108	32	32	76						3		
-	Б1.В.ДВ.02.02	Бренд-маркетинг		4		3	3	108	108	32	32	76						3		
+	Б1.В.ДВ.03	**Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)**		**4**		3	**3**	**108**	**108**	**32**	**32**	**76**						3		
+	Б1.В.ДВ.03.01	Страхование бизнеса в цифровой экономике		4		3	3	108	108	32	32	76						3		
-	Б1.В.ДВ.03.02	Современные технологии и риски в торговом бизнесе		4		3	3	108	108	32	32	76						3		
Блок 2.Практика						27	27	972	972	36	36	891	45		3	3	12	9		
Обязательная часть						27	27	972	972	36	36	891	45		3	3	12	9		
+	Б2.О.01(У)	Ознакомительная практика			1	3	3	108	108	6	6	93	9		3					
+	Б2.О.02(Н)	Научно-исследовательская работа			24	9	9	324	324	18	18	279	27			3	3	3		
+	Б2.О.03(П)	Торгово-технологическая практика			3	9	9	324	324	6	6	318					9			
+	Б2.О.04(Пд)	Преддипломная практика			4	6	6	216	216	6	6	201	9					6		
Блок 3.Государственная итоговая аттестация						9	9	324	324	12	12	294	18					9		
+	Б3.01	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	4			3	3	108	108	6	6	93	9					3		

ПланСвод Учебный план магистратуры '38.04.06 ОФО 2026 ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ.plx', код направления 38.04.06, программа магистратуры : Цифровой маркетинг, год начала подготовки

-	-	-	Форма контроля			з.е.		Итого акад.часов							Курс 1		Курс 2		Закрепленная кафедра	
															Семест	Семест	Семест	Семест		
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	Экспертное	Факт	Экспертное	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	Контроль	Пр. подгот	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	Код	Наименование
+	Б3.02	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты	4			6	6	216	216	6	6	201	9					6		
ФТД.Факультативные дисциплины						4	4	144	144	83	83	61					2	2		
+	ФТД.01	Психофизиология эмоций, мотивации и когнитивных процессов		3		2	2	72	72	51	51	21					2			
+	ФТД.02	Управление брендом работодателя		4		2	2	72	72	32	32	40						2		

План Учебный план магистратуры '38.04.06 ОФО 2026 ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ.plx', код направления 38.04.06, программа магистратуры : Цифровой маркетинг, год начала подготовки 202

-	-	-	Форма контроля			з.е.		-	Итого акад.часов					Курс 1													
														Семестр 1							Семестр 2						
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	Экспертное	Факт	Часов в з.е.	Экспертное	По плану	Конт. раб.	СР	Контроль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	СР	Контроль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	СР	Контроль
Блок 1.Дисциплины (модули)						84	84		3024	3024	944	1666	414	24	864	102		170	502	90	29	1044	102		170	664	108
Обязательная часть						33	33		1188	1188	374	625	189	16	576	51		119	316	90	7	252	17		51	157	27
+	Б1.О.01	Иностранный язык делового и профессионального общения	3	12		7	7	36	252	252	85	131	36	2	72			34	38		2	72			17	55	
+	Б1.О.02	Методология научных исследований	1			6	6	36	216	216	34	128	54	6	216	17		17	128	54							
+	Б1.О.03	Цифровизация экономики и бизнеса	2			5	5	36	180	180	51	102	27								5	180	17		34	102	27
+	Б1.О.04	Торговый бизнес в условиях цифровой экономики		3		3	3	36	108	108	51	57															
+	Б1.О.05	Проблемы современной экономики	1			5	5	36	180	180	51	93	36	5	180	17		34	93	36							
+	Б1.О.06	Цифровые финансовые технологии в бизнесе	3			4	4	36	144	144	51	57	36														
+	Б1.О.07	Ценовая политика и ценовая стратегия предприятия		1		3	3	36	108	108	51	57		3	108	17		34	57								
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						51	51		1836	1836	570	1041	225	8	288	51		51	186		22	792	85		119	507	81
+	Б1.В.01	Интернет-маркетинг	2	1		7	7	36	252	252	68	157	27	2	72	17		17	38		5	180	17		17	119	27
+	Б1.В.02	Бизнес-проектирование коммерческой деятельности	3			5	5	36	180	180	68	76	36														
+	Б1.В.03	Поведенческие и экспериментальные исследования в маркетинге	2			5	5	36	180	180	34	119	27								5	180	17		17	119	27
+	Б1.В.04	Ритейл-маркетинг в цифровой экономике		2		3	3	36	108	108	34	74									3	108	17		17	74	
+	Б1.В.05	B2B Маркетинг		3		3	3	36	108	108	68	40															
+	Б1.В.06	Маркетинг в финансовых организациях		1		4	4	36	144	144	34	110		4	144	17		17	110								
+	Б1.В.07	Организационное поведение и поведение потребителей в цифровой экономике	2	1		7	7	36	252	252	85	140	27	2	72	17		17	38		5	180	17		34	102	27
+	Б1.В.08	Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики		2		4	4	36	144	144	51	93									4	144	17		34	93	
+	Б1.В.09	Прикладные методы и специальные инструменты маркетинговых исследований		4		2	2	36	72	72	32	40															
+	Б1.В.ДВ.01	**Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)**	**4**			5	**5**		**180**	**180**	**32**	**40**	**108**														
+	Б1.В.ДВ.01.01	Логистика внешнеторговой деятельности	4			5	5	36	180	180	32	40	108														
-	Б1.В.ДВ.01.02	Логистика сервисного обслуживания	4			5	5	36	180	180	32	40	108														
+	Б1.В.ДВ.02	**Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)**		**4**		3	**3**		**108**	**108**	**32**	**76**															
+	Б1.В.ДВ.02.01	Инструменты SMM-маркетинга		4		3	3	36	108	108	32	76															
-	Б1.В.ДВ.02.02	Бренд-маркетинг		4		3	3	36	108	108	32	76															
+	Б1.В.ДВ.03	**Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)**		**4**		3	**3**		**108**	**108**	**32**	**76**															
+	Б1.В.ДВ.03.01	Страхование бизнеса в цифровой экономике		4		3	3	36	108	108	32	76															
-	Б1.В.ДВ.03.02	Современные технологии и риски в торговом бизнесе		4		3	3	36	108	108	32	76															
Блок 2.Практика						27	27		972	972	36	891	45	3	108			6	93	9	3	108			6	93	9
Обязательная часть						27	27		972	972	36	891	45	3	108			6	93	9	3	108			6	93	9
+	Б2.О.01(У)	Ознакомительная практика			1	3	3	36	108	108	6	93	9	3	108			6	93	9							
+	Б2.О.02(Н)	Научно-исследовательская работа			24	9	9	36	324	324	18	279	27								3	108			6	93	9
+	Б2.О.03(П)	Торгово-технологическая практика			3	9	9	36	324	324	6	318															
+	Б2.О.04(Пд)	Преддипломная практика			4	6	6	36	216	216	6	201	9														

План Учебный план магистратуры '38.04.06 ОФО 2026 ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ.plx', код направления 38.04.06, программа магистратуры : Цифровой маркетинг, год начала подготовки 202

Курс 2														Закрепленная кафедра		-
Семестр 3							Семестр 4									
з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	СР	Контроль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	СР	Контроль	Код	Наименование	Компетенции
18	648	102		170	268	108	13	468	64		64	232	108			
10	360	34		102	152	72										
3	108			34	38	36										УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3
																УК-5.4
																УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3
3	108	17		34	57											УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3
																УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3
4	144	17		34	57	36										УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3
																УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3
8	288	68		68	116	36	13	468	64		64	232	108			
																ОПК-1.2; ПК-1..5; ПК-2..2
5	180	34		34	76	36										ОПК-1.1; ПК-1..4
																ОПК-1.3; ПК-1..2
																ОПК-3.3; ПК-1..1
3	108	34		34	40											ОПК-2.1; ПК-2..4
																ОПК-4.1; ОПК-4.2; ПК-2..1
																ОПК-2.2; ПК-1..3
																ОПК-5.3; ПК-2..3
							2	72	16		16	40				ОПК-5.1; ОПК-5.2; ПК-2..5
							5	**180**	**16**		**16**	**40**	**108**			**ОПК-2.3; ПК-2..5**
							5	180	16		16	40	108			ОПК-2.3; ПК-2..5
							5	180	16		16	40	108			ОПК-2.3; ПК-2..5
							3	**108**	**16**		**16**	**76**				**УК-3.1; УК-3.2; ПК-2..1; ПК-2..6**
							3	108	16		16	76				УК-3.1; УК-3.2; ПК-2..1; ПК-2..6
							3	108	16		16	76				УК-3.1; УК-3.2; ПК-2..1; ПК-2..6
							3	**108**	**16**		**16**	**76**				**ОПК-4.3**
							3	108	16		16	76				ОПК-4.3
							3	108	16		16	76				ОПК-4.3
12	432			12	411	9	9	324			12	294	18			
12	432			12	411	9	9	324			12	294	18			
3	108			6	93	9	3	108			6	93	9			УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-2.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; ОПК-3.1; ОПК-3.2
9	324			6	318											УК-2.1; УК-2.2; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3; ОПК-3.3; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3
							6	216			6	201	9			ПК-1..1; ПК-1..2; ПК-1..3; ПК-1..4; ПК-1..5; ПК-2..1; ПК-2..2; ПК-2..3; ПК-2..4; ПК-2..5; ПК-2..6

План Учебный план магистратуры '38.04.06 ОФО 2026 ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ.plx', код направления 38.04.06, программа магистратуры : Цифровой маркетинг, год начала подготовки 202

-	-	-	Форма контроля			з.е.		-	Итого акад.часов					Курс 1													
														Семестр 1							Семестр 2						
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	Экспертное	Факт	Часов в з.е.	Экспертное	По плану	Конт. раб.	СР	Контроль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	СР	Контроль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	СР	Контроль
Блок 3.Государственная итоговая аттестация						9	9		324	324	12	294	18														
+	Б3.01	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	4			3	3	36	108	108	6	93	9														
+	Б3.02	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты	4			6	6	36	216	216	6	201	9														
ФТД.Факультативные дисциплины						4	4		144	144	83	61															
+	ФТД.01	Психофизиология эмоций, мотивации и когнитивных процессов		3		2	2	36	72	72	51	21															
+	ФТД.02	Управление брендом работодателя		4		2	2	36	72	72	32	40															

План Учебный план магистратуры '38.04.06 ОФО 2026 ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ.plx', код направления 38.04.06, программа магистратуры : Цифровой маркетинг, год начала подготовки 202

Курс 2														Закрепленная кафедра		-
Семестр 3							Семестр 4									
з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	СР	Контроль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	СР	Контроль	Код	Наименование	Компетенции
							9	324			12	294	18			
							3	108			6	93	9			УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3; ПК-1..1; ПК-1..2; ПК-1..3; ПК-1..4; ПК-1..5
							6	216			6	201	9			УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3; ПК-2..1; ПК-2..2; ПК-2..3; ПК-2..4; ПК-2..5; ПК-2..6
2	72	17		34	21		2	72	16		16	40				
2	72	17		34	21											ПК-1..5
							2	72	16		16	40				УК-3.1; ПК-2..6

КУРС 1 Учебный план магистратуры '38.04.06 ОФО 2026 ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ.plx', код направления 38.04.06, год начала подготовки 2026

№	Индекс	Наименование	Семестр 1										Семестр 2										Итого за курс										Каф.	Семестр
			Контроль	Академических часов							з.е.	Недель	Контроль	Академических часов							з.е.	Недель	Контроль	Академических часов							з.е.	Недель		
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	СР	Контр оль				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	СР	Контр оль				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	СР	Контр оль	Всего			
ИТОГО (с факультативами)				**972**							**27**	19 3/6		**1152**							**32**	20		**2124**							**59**	39 3/6		
ИТОГО по ОП (без факультативов)				**972**							**27**			**1152**							**32**			**2124**							**59**			
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)		ОП, факультативы (в период ТО)		**51.4**										**60.9**										**56.2**										
		ОП, факультативы (в период экз. сес.)		**39.6**										**39**										**39.3**										
		Аудиторная нагрузка		**16.4**										**16.4**										**16.4**										
		Контактная работа		**16.4**										**16.4**										**16.4**										
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ) И РАССРЕД. ПРАКТИКИ				**972**	**278**	**102**		**176**	**595**	**99**	**27**	ТО: 17 Э: 2 1/2		**1152**	**278**	**102**		**176**	**757**	**117**	**32**	ТО: 17 Э: 3		**2124**	**556**	**204**		**352**	**1352**	**216**	**59**	ТО: 34 Э: 5 1/2		
1	Б1.О.01	Иностранный язык делового и профессионального общения	За	**72**	34			34	38		2		За	**72**	17			17	55		2		За(2)	**144**	51			51	93		4			123
2	Б1.О.02	Методология научных исследований	Эк	**216**	34	17		17	128	54	6												Эк	**216**	34	17		17	128	54	6			1
3	Б1.О.03	Цифровизация экономики и бизнеса											Эк	**180**	51	17		34	102	27	5		Эк	**180**	51	17		34	102	27	5			2
4	Б1.О.05	Проблемы современной экономики	Эк	**180**	51	17		34	93	36	5												Эк	**180**	51	17		34	93	36	5			1
5	Б1.О.07	Ценовая политика и ценовая стратегия предприятия	За	**108**	51	17		34	57		3												За	**108**	51	17		34	57		3			1
6	Б1.В.01	Интернет-маркетинг	За	**72**	34	17		17	38		2		Эк	**180**	34	17		17	119	27	5		Эк За	**252**	68	34		34	157	27	7			12
7	Б1.В.03	Поведенческие и экспериментальные исследования в маркетинге											Эк	**180**	34	17		17	119	27	5		Эк	**180**	34	17		17	119	27	5			2
8	Б1.В.04	Ритейл-маркетинг в цифровой экономике											За	**108**	34	17		17	74		3		За	**108**	34	17		17	74		3			2
9	Б1.В.06	Маркетинг в финансовых организациях	За	**144**	34	17		17	110		4												За	**144**	34	17		17	110		4			1
10	Б1.В.07	Организационное поведение и поведение потребителей в цифровой экономике	За	**72**	34	17		17	38		2		Эк	**180**	51	17		34	102	27	5		Эк За	**252**	85	34		51	140	27	7			12
11	Б1.В.08	Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики											За	**144**	51	17		34	93		4		За	**144**	51	17		34	93		4			2
12	**Б2.О.01(У)**	**Ознакомительная практика**	ЗаО	**108**	6			6	93	9	3												ЗаО	**108**	6			6	93	9	3			1
13	**Б2.О.02(Н)**	**Научно-исследовательская работа**											ЗаО	**108**	6			6	93	9	3		ЗаО	**108**	6			6	93	9	3			234
ФОРМЫ КОНТРОЛЯ			Эк(2) За(5) ЗаО										Эк(4) За(3) ЗаО										Эк(6) За(8) ЗаО(2)											
ПРАКТИКИ		(План)																																
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ		(План)																																
КАНИКУЛЫ												2 1/6										7 5/6										10		

КУРС 2 Учебный план магистратуры '38.04.06 ОФО 2026 ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ.plx', код направления 38.04.06, год начала подготовки 2026

№	Индекс	Наименование	Семестр 3										Семестр 4										Итого за курс										Каф.	Семестр
			Контроль	Академических часов							з.е.	Недель	Контроль	Академических часов							з.е.	Недель	Контроль	Академических часов							з.е.	Недель		
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	СР	Контроль				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	СР	Контроль				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	СР	Контроль	Всего			
ИТОГО (с факультативами)				**1152**							**32**	19 3/6		**1188**							**33**	20 2/6		**2340**							**65**	39 5/6		
ИТОГО по ОП (без факультативов)				**1080**							**30**			**1116**							**31**			**2196**							**61**			
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)		ОП, факультативы (в период ТО)		**60.9**										**66.4**										**63.7**										
		ОП, факультативы (в период экз. сес.)		**46.8**										**50.2**										**48.5**										
		Аудиторная нагрузка		**16.8**										**16.8**										**16.8**										
		Контактная работа		**16.8**										**16.8**										**16.8**										
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ) И РАССРЕД. ПРАКТИКИ				**1152**	**335**	**119**		**216**	**700**	**117**	**32**	ТО: 17 Э: 2 1/2		**648**	**166**	**80**		**86**	**365**	**117**	**18**	ТО: 8 Э: 2 1/3		**1800**	**501**	**199**		**302**	**1065**	**234**	**50**	ТО: 25 Э: 4 5/6		
1	Б1.О.01	Иностранный язык делового и профессионального общения	Эк	**108**	34			34	38	36	3												Эк	**108**	34			34	38	36	3			123
2	Б1.О.04	Торговый бизнес в условиях цифровой экономики	За	**108**	51	17		34	57		3												За	**108**	51	17		34	57		3			3
3	Б1.О.06	Цифровые финансовые технологии в бизнесе	Эк	**144**	51	17		34	57	36	4												Эк	**144**	51	17		34	57	36	4			3
4	Б1.В.02	Бизнес-проектирование коммерческой деятельности	Эк	**180**	68	34		34	76	36	5												Эк	**180**	68	34		34	76	36	5			3
5	Б1.В.05	B2B Маркетинг	За	**108**	68	34		34	40		3												За	**108**	68	34		34	40		3			3
6	Б1.В.09	Прикладные методы и специальные инструменты маркетинговых исследований											За	**72**	32	16		16	40		2		За	**72**	32	16		16	40		2			4
7	Б1.В.ДВ.01.01	Логистика внешнеторговой деятельности											Эк	**180**	32	16		16	40	108	5		Эк	**180**	32	16		16	40	108	5			4
8	*Б1.В.ДВ.01.02*	*Логистика сервисного обслуживания*											Эк	**180**	32	16		16	40	108	5		Эк	**180**	32	16		16	40	108	5			4
9	Б1.В.ДВ.02.01	Инструменты SMM-маркетинга											За	**108**	32	16		16	76		3		За	**108**	32	16		16	76		3			4
10	*Б1.В.ДВ.02.02*	*Бренд-маркетинг*											За	**108**	32	16		16	76		3		За	**108**	32	16		16	76		3			4
11	Б1.В.ДВ.03.01	Страхование бизнеса в цифровой экономике											За	**108**	32	16		16	76		3		За	**108**	32	16		16	76		3			4
12	*Б1.В.ДВ.03.02*	*Современные технологии и риски в торговом бизнесе*											За	**108**	32	16		16	76		3		За	**108**	32	16		16	76		3			4
13	**Б2.О.02(Н)**	**Научно-исследовательская работа**		**108**	6			6	93	9	3		ЗаО	**108**	6			6	93	9	3		ЗаО	**216**	12			12	186	18	6			234
14	**Б2.О.03(П)**	**Торгово-технологическая практика**	ЗаО	**324**	6			6	318		9												ЗаО	**324**	6			6	318		9			3
15	ФТД.01	Психофизиология эмоций, мотивации и когнитивных процессов	За	**72**	51	17		34	21		2												За	**72**	51	17		34	21		2			3
16	ФТД.02	Управление брендом работодателя											За	**72**	32	16		16	40		2		За	**72**	32	16		16	40		2			4
ФОРМЫ КОНТРОЛЯ			Эк(3) За(3) ЗаО										Эк За(4) ЗаО										Эк(4) За(7) ЗаО(2)											
ПРАКТИКИ		(План)												216	6			6	201	9	6	4		216	6			6	201	9	6	4		
	Б2.О.04(Пд)	Преддипломная практика											ЗаО	216	6			6	201	9	6	4	ЗаО	216	6			6	201	9	6	4		
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ		(План)												324	12			12	294	18	9	6		324	12			12	294	18	9	6		
	Б3.01	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена											Эк	108	6			6	93	9	3	2	Эк	108	6			6	93	9	3	2		
	Б3.02	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты											Эк	216	6			6	201	9	6	4	Эк	216	6			6	201	9	6	4		
КАНИКУЛЫ												2 1/6										7 5/6										10		

ПРАКТИКИ Учебный план магистратуры '38.04.06 ОФО 2026 ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ.plx', код направления 38.04.06, год начала подготовки 2026

Название практики	Курс	Сем. курса	Кафедра	+	Продолжительность (недель)		Студ.	Часов			
								на студента	на студента в неделю	на подгруппу	на подгруппу в неделю
Вид практики: Преддипломная практика											
Преддипломная практика	2	2			4						
Итого по факту											
Итого по плану					4						

КУРСОВЫЕ ПРОЕКТЫ И РАБОТЫ Учебный план магистратуры '38.04.06 ОФО 2026 ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ.plx', код направления 38.04.06, год начала подготовки 2026

Вид	Курс	Сем	Каф.	Студ.	Замечания

СВОДНЫЕ ДАННЫЕ Учебный план магистратуры '38.04.06 ОФО 2026 ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ.plx', код направления 38.04.06, год начала подготовки 2026

		Итого						Курс 1			Курс 2		
		Баз.%	Вар.%	ДВ(от Вар.)%	з.е. Мин.	з.е. Макс.	з.е. Факт	Всего	Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4
	Итого (с факультативами)				109	1440	124	59	27	32	65	32	33
	Итого по ОП (без факультативов)				107	1080	120	59	27	32	61	30	31
Б1	Дисциплины (модули)	39%	61%	21.5%	80	360	84	53	24	29	31	18	13
Б1.О	Обязательная часть					360	33	23	16	7	10	10	
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений					360	51	30	8	22	21	8	13
Б2	Практика	100%	0%	0%	21	360	27	6	3	3	21	12	9
Б2.О	Обязательная часть					360	27	6	3	3	21	12	9
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений					360							
Б3	Государственная итоговая аттестация				6	360	9				9		9
ФТД	Факультативные дисциплины				2	360	4				4	2	2
	Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)					58.9	-	51.4	60.9	-	60.9	66.4
		ОП, факультативы (в период экз. сессий)					43.6	-	39.6	39	-	46.8	50.2
	Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП					16.6	-	16.4	16.4	-	16.8	16.8
	Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1					944	-	272	272	-	272	128
		Блок Б2					36	-	6	6	-	12	12
		Блок Б3					12	-			-		12
		Блок ФТД					83	-			-	51	32
		Итого по всем блокам					1075	-	278	278	-	335	184
	Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕН (Эк)						6	2	4	6	3	3
		ЗАЧЕТ (За)						8	5	3	5	2	3
		ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)						2	1	1	3	1	2
	Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных					39.2%						
	Объём обязательной части от общего объёма программы (%)						50%						
	Объём конт. работы от общего объёма времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)						31.22%						

Вид работы	Каф.	Студ.	Часов на студ./гр.	Трудоемкость

Консультации по

Комиссия №1			
Каф.	Студ.	Часов на студ./гр.	Трудоемкость

Член комиссии

Примечания к комиссиям ГЭК

	Комиссия №1			
	Каф.	Студ.	Часов на студ./гр.	Трудоемкость

Член комиссии	
Дежурство	

Примечания к комиссиям ГЭК	

	Комиссия №1			
	Каф.	Студ.	Часов на студ./гр.	Трудоемкость

Член комиссии	
Дежурство	

Примечания к комиссиям ГЭК	

СПИСОК КАФЕДР Учебный план магистратуры '38.04.06 ОФО 2026 ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ.plx', код направления 38.04.06, го

Номер	Аббревиатура	Название кафедры
1		Экономическая теория и предпринимательство

ДИАГРАММА КУРСОВ Учебный план магистратуры '38.04.06 ОФО 2026 ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ.plx', код направления 38.04.06, год начала подготовки 2026

з.е.	Распределение з.е. по курсам и периодам обучения							
	Курс 1				Курс 2			
	Сем. 1		Сем. 2		Сем. 3		Сем. 4	
	Наименование	з.е.	Наименование	з.е.	Наименование	з.е.	Наименование	з.е.
Итого	59				65			
Всего	27		32		32		33	
1	Б1.О.01 Иностранный язык делового и профессиональн ого общения [За] УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3	2	Б1.О.01 Иностранный язык делового и профессиональн ого общения [За] УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3	2	Б1.О.01 Иностранный язык делового и профессиональн ого общения [Эк] УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3	3	Б1.В.09 Прикладные методы и специальные инструменты маркетинговых исследований [За] ОПК-5.1; ОПК-5.2; ПК-2..5	2
2								
3	Б1.О.02 Методология научных исследований [Эк] УК-5.4	6	Б1.О.03 Цифровизация экономики и бизнеса [Эк] УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3	5			Б1.В.ДВ.01.01 Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1): Логистика внешнеторговой деятельности [Эк] (/ Логистика сервисного обслуживания) ОПК-2.3; ПК-2..5	5
4					Б1.О.04 Торговый бизнес в условиях цифровой экономики [За] УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3	3		
5								
6								
7					Б1.О.06 Цифровые финансовые технологии в бизнесе [Эк] УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3	4		
8			Б1.В.01 Интернет-маркет инг [Эк] ОПК-1.2; ПК-1..5; ПК-2..2	5			Б1.В.ДВ.02.01 Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2): Инструменты SMM-маркетинга [За] (/ Бренд-маркетинг) УК-3.1; УК-3.2; ПК-2..1; ПК-2..6	3
9	Б1.О.05 Проблемы современной экономики [Эк] УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3	5						
10								
11					Б1.В.02 Бизнес-проектир ование коммерческой деятельности [Эк]	5	Б1.В.ДВ.03.01 Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3): Страхование бизнеса в цифровой экономике [За] (/ Современные технологии и риски в торговом бизнесе) ОПК-4.3	3
12								
13								

ДИАГРАММА КУРСОВ Учебный план магистратуры '38.04.06 ОФО 2026 ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ.plx', код направления 38.04.06, год начала подготовки 2026

з.е.	Распределение з.е. по курсам и периодам обучения							
	Курс 1				Курс 2			
	Сем. 1		Сем. 2		Сем. 3		Сем. 4	
	Наименование	з.е.	Наименование	з.е.	Наименование	з.е.	Наименование	з.е.
14	Б1.О.07 Ценовая политика и ценовая стратегия предприятия [За] УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3	3	Б1.В.03 Поведенческие и экспериментальные исследования в маркетинге [Эк] ОПК-1.3; ПК-1..2	5	ОПК-1.1; ПК-1..4		Б2.О.02(Н) Научно-исследовательская работа [ЗаО] УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-2.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; ОПК-3.1; ОПК-3.2	3
15								
16					Б1.В.05 B2B Маркетинг [За] ОПК-2.1; ПК-2..4	3		
17	Б1.В.01 Интернет-маркетинг [За] ОПК-1.2; ПК-1..5; ПК-2..2	2						
18								
19	Б1.В.06 Маркетинг в финансовых организациях [За] ОПК-4.1; ОПК-4.2; ПК-2..1	4	Б1.В.04 Ритейл-маркетинг в цифровой экономике [За] ОПК-3.3; ПК-1..1	3	Б2.О.02(Н) Научно-исследовательская работа УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-2.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; ОПК-3.1; ОПК-3.2	3	Б2.О.04(Пд) Преддипломная практика [ЗаО] ПК-1..1; ПК-1..2; ПК-1..3; ПК-1..4; ПК-1..5; ПК-2..1; ПК-2..2; ПК-2..3; ПК-2..4; ПК-2..5; ПК-2..6	6
20								
21								
22								
23	Б1.В.07 Организационное поведение и поведение потребителей в цифровой экономике [За] ОПК-2.2; ПК-1..3	2	Б1.В.07 Организационное поведение и поведение потребителей в цифровой экономике [Эк] ОПК-2.2; ПК-1..3	5	Б2.О.03(П) Торгово-технологическая практика [ЗаО] УК-2.1; УК-2.2; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3; ОПК-2.1;	9	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена [Эк] УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3; ПК-1..1; ПК-1..2; ПК-1..3;	3
24								
25	Б2.О.01(У) Ознакомительная практика	3					выпускной квалификационн	

ДИАГРАММА КУРСОВ Учебный план магистратуры '38.04.06 ОФО 2026 ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ.plx', код направления 38.04.06, год начала подготовки 2026

з.е.	Распределение з.е. по курсам и периодам обучения							
	Курс 1				Курс 2			
	Сем. 1		Сем. 2		Сем. 3		Сем. 4	
	Наименование	з.е.	Наименование	з.е.	Наименование	з.е.	Наименование	з.е.
26	[ЗаО]				ОПК-2.2; ОПК-2.3; ОПК-3.3; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3		ой работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты [Эк] УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3; ПК-2..1; ПК-2..2; ПК-2..3;	6
27			Б1.В.08 Проектирование товаропроводящих систем в торговле на основе логистики [За] ОПК-5.3; ПК-2..3	4				
28								
29								
30			Б2.О.02(Н) Научно-исследовательская работа [ЗаО] УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-2.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; ОПК-3.1; ОПК-3.2	3				
31					ФТД.01 Психофизиология эмоций, мотивации и когнитивных процессов [За] ПК-1..5	2		
32							ФТД.02 Управление брендом работодателя [За] УК-3.1; ПК-2..6	2
33								

Примечание Учебный план магистратуры '38.04.06 ОФО 2026 ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ.plx', код направления 38.04.06, год начала подготовки 2026