



УТВЕРЖДАЮ

Ректор Белорусского государственного университета
академик

С.В. Абламейко

2016 г.

Е263-204/у2

УЧЕБНЫЙ ПЛАН*по специальности высшего образования второй ступени (магистратуры)*

Специальность: 1-26 81 05 Маркетинг

Степень: магистр экономики и управления

Срок обучения – 1,5 года (заочная форма получения образования)

I. График образовательного процесса

Номера недель	Месяцы (ориентировочно)	Виды деятельности, установленные учебным планом	I год обучения		
			Примерный объем учебной работы		
			Всего часов	Аудиторных часов	Самостоятельной работы
01-18	Сентябрь - декабрь	Теоретическое обучение и научно-исследовательская работа	480	36	444
19-20	Январь	Теоретическое обучение и зачетно-экзаменационная сессия	108		108
21-40	Январь-июнь	Теоретическое обучение и научно-исследовательская работа	504	40	464
41-42	Июнь	Теоретическое обучение и зачетно-экзаменационная сессия	108		108
II год обучения					
1-12	Сентябрь - ноябрь	Теоретическое обучение и научно-исследовательская работа	528	38	490
13-14	Ноябрь-декабрь	Теоретическое обучение и зачетно-экзаменационная сессия	108		108
15-17	Декабрь	Практика	162		162
18-22	Январь	Итоговая аттестация	270		270
Итого			2268	114	2154

II. План образовательного процесса

№ п/п	Наименование видов деятельности магистранта, циклов дисциплин, дис- циплин	Распределение по семестрам		Объем работы (в часах)			Распределение по семестрам								
		экзамен	зачет	Всего	из них:		1 семестр			2 семестр			3 семестр		
					ауд.ч	сам.р.	ауд.ч.	сам.р.	зач.ед.	ауд.ч.	сам.р.	зач.ед.	ауд.ч.	сам.р.	зач.ед.
1.	Цикл дисциплин специальной подго- товки			1136	114	1022	36	336	10	40	296	9	38	390	11
1.1.	Государственный компонент			356	38	318	18	158	5	20	160	5	0	0	0
1.1.1.	Информационные технологии в эконо- мике и управлении	2		108	10	98				10	98	3			
1.1.2.	Микроэкономика (продвинутый уро- вень)		1	68	8	60	8	60	2						
1.1.3.	Макроэкономика (продвинутый уро- вень)	1		108	10	98	10	98	3						
1.1.4.	Эконометрика (продвинутый уровень)		2	72	10	62				10	62	2			
1.2.	Компонент учреждения высшего образования			780	76	704	18	178	5	20	136	4	38	390	11
1.2.1.	Перспективные концепции маркетинга	1		116	10	106	10	106	3						
1.2.2.	Администрирование бизнес - процес- сов в маркетинговых системах	3		116	10	106							10	106	3
1.2.3.	Маркетинговое планирование	3	2	194	20	174				10	68	2	10	106	3
1.2.4.	Интегрированные маркетинговые ком- муникации	3	2	194	20	174				10			10	106	3
1.2.5.	Курс по выбору (Web – маркетинг / Маркетинг брендов)		1	80	8	72	8	72	2						
1.2.6.	Курс по выбору (Дизайн фирменного стиля / Корпоративная культура)		3	80	8	72							8	72	2
2.	Научно-исследовательская работа*			700		700		216			276			208	18
3.	Практика		3	162		162								162	4,5
4.	Итоговая аттестация			270		270								270	7,5
	Всего			2268	114	2154	36	552	10	40	572	9	38	1030	41

* В 1 семестре планируется 12 часов научно-исследовательской работы в неделю, во 2 семестре – 14 часов, в 3 семестре - 19 часов. Объем научно-исследовательской работы включает подготовку материалов магистерской диссертации, участие в научных конференциях, семинах и др.

СОГЛАСОВАНО

Проректор по учебной работе

А.В. Данильченко

03.05.2016 г.

СОГЛАСОВАНО

Начальник главного управления учебной и
научно-методической работы

Л.М. Хухлындина

03.05.2016 г.

СОГЛАСОВАНО

Директор ГИУСТ БГУ

П.И. Бригадин

03.05.2016 г.