

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»
УЧЕБНЫЙ ПЛАН

второй ступени высшего образования (магистратуры)

Специальность: 1-26 81 05 Маркетинг

Степень: магистр экономики и управления

Срок обучения – 1 год

Магистерская программа: «Международный маркетинг»

I. График образовательного процесса

Номера недель	Месяцы	Виды деятельности, установленные учебным планом	Примерный объем учебной работы		
			Всего часов	Аудиторных часов*	Самостоятельной работы
1 – 16	Сентябрь – декабрь	Теоретическое обучение и научно-исследовательская работа	864	256	608
17 – 18	Декабрь – январь	Экзаменационная сессия	108		108
19 – 20	Январь	Каникулы			
21 – 34	Январь – апрель	Теоретическое обучение и научно-исследовательская работа	756	196	560
35 – 36	Апрель – май	Экзаменационная сессия	108		108
37 – 39	Май	Практика	162		162
40 – 44	Июнь	Итоговая аттестация	270		270
		Итого	2268	452	1816

II. План образовательного процесса

№ п/п	Наименование видов деятельности магистранта, циклов дисциплин, дисциплин	Распределение по семестрам		Объем работы (в часах)*							Распределение по семестрам			
		экзамен	зачет	Всего	из них:						1 семестр		2 семестр	
					аудиторных часов	лекции	лабораторные занятия	практические занятия	семинарские занятия	самостоятельная работа	16 недель		14 недель	
											Количество часов в неделю	зач. ед.	Количество часов в неделю	зач. ед.
1.	Цикл дисциплин специальной подготовки			1136	452	226	38	24	164	684				
1.1.	Государственный компонент	1,2	1,2	356	142	66	30	16	30	214				
1.1.1	Информационные технологии в экономике и управлении	1		108	36	16	20			72	2	3		
1.1.2	Макроэкономика (продвинутый уровень)		1	68	34	20			14	34	2	2		
1.1.3	Микроэкономика (продвинутый уровень)	2		108	36	20			16	72			2,5	3
1.1.4	Эконометрика (продвинутый уровень)		2	72	36	10	10	16		36			2,5	2
1.2.	Компонент учреждения высшего образования***	1,1,2,2	1,1,1,2	780	310	160	8	8	134	470		12		8
1.2.1	Конкурентные стратегии на внешних рынках	1		136	50	26			24	86	3	3,5		
1.2.2	Международные каналы распределения	2		136	50	26			24	86			3,5	3,5
1.2.3	Международные маркетинговые коммуникации		1	66	30	16			14	36	2	2		
1.2.4	Менеджмент международного маркетинга		2	48	24	12			12	24			2	1
1.2.5	Международные маркетинговые исследования / Бренд-менеджмент	1		136	50	26			24	86	3	3,5		
1.2.6	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / Стратегический маркетинг	2		136	50	26			24	86			3,5	3,5
1.2.7	Глобальный маркетинг / Контроллинг		1	56	26	14			12	30	2	1		
1.2.8	Информационное обеспечение маркетинговых решений / Мерчендайзинг		1	66	30	14	8	8		36	2	2		
2.	Научно-исследовательская работа**			700						700				18
3.	Практика		2	162						162				4,5
4.	Итоговая аттестация			270						270				7,5
	Всего	6	7	2268	452	226	38	24	164	1816	16	17	14	43

Примечания:

* Аудиторные часы и самостоятельная работа в графике учебного процесса указываются в соответствии с распределением часов в структуре учебного плана

** В 1 семестре планируется 21 час научно-исследовательской работы в неделю, во 2 семестре, соответственно, 26 часов. Объем научно-исследовательской работы включает подготовку материалов магистерской диссертации, участие в научных конференциях, семинарах и др. Объем научной работы в период подготовки к защите магистерской диссертации планируется из расчета 54 часов в неделю

*** Для иностранных граждан предусмотреть изучение иностранного языка в количестве 140 аудиторных часов в 1 семестре с формой контроля – экзамен.