

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кубанский государственный университет»

План одобрен Ученым советом вуза
Протокол № 13 от 30.05.2025

РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

38.04.06

38.04.06 Торговое дело

Магистерская программа: Бренд-дизайн и продвижение цифровых экосистем
Кафедра: Маркетинга и торгового дела
Факультет: Экономический

Квалификация: Магистр

Форма обучения: Заочная

Срок получения образования: 2 г. 5 м.

Год начала подготовки (по учебному плану)

2025

Учебный год

2025-2026

Образовательный стандарт (ФГОС)

№ 982 от 12.08.2020

Код	Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности. Профессиональные стандарты	Приказ Минтруда
08	ФИНАНСЫ И ЭКОНОМИКА	
08.035	МАРКЕТОЛОГ	№ 366н от 04.06.2018 г.

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

СОГЛАСОВАНО

Проректор по УРИКО-ПП

Начальник УМУ

Декан

Зав. кафедрой

Председатель УМК

Руководитель магистерской программой

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

Астапов М.Б.

2025 г.



/ Хагуров Т.А./
/ Карапетян Ж.О./
/ Шевченко И.В./
/ Костецкий А.Н./
/ Дробышевская Л.Н./
/ Костецкий А.Н./

-	-	-	Форма контроля				з.е.		Итого акад.часов						Курс 1 -	Курс 2 -	Курс 3 -	Закрепленная кафедра	
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспертное	Факт	Экспертное	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	Конт роль	з.е. на курсе	з.е. на курсе	з.е. на курсе	Код	Наименование
Блок 1.Дисциплины (модули)							72	72	2592	2592	354	348	2100	138	35	37			
Обязательная часть							17	17	612	612	91.4	90	488	32.6	13	4			
+	Б1.О.01	Стратегический анализ и управление торгово-коммерческой деятельностью	1				3	3	108	108	14.3	14	85	8.7	3			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.О.02	Современные информационные технологии в профессиональной деятельности		1			3	3	108	108	12.2	12	92	3.8	3			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.О.03	Практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере		2			2	2	72	72	12.2	12	56	3.8		2		48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.О.04	Финансово-экономическое обоснование управленческих решений	1			1	4	4	144	144	28.3	28	107	8.7	4			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.О.05	Фундаментальные и прикладные исследования в торгово-коммерческой деятельности		1			3	3	108	108	12.2	12	92	3.8	3			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.О.06	Психология профессиональной деятельности		2			2	2	72	72	12.2	12	56	3.8		2		65	Экономики предприятия,
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							55	55	1980	1980	262.6	258	1612	105.4	22	33			
+	Б1.В.01	Интегрированные экосистемы бренда	1				3	3	108	108	14.3	14	85	8.7	3			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.02	Стратегии цифрового маркетинга и электронной коммерции		1			2	2	72	72	12.2	12	56	3.8	2			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.03	Методологический семинар по исследованиям бренд-дизайна экосистем		1			2	2	72	72	10.2	10	58	3.8	2			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.04	Рыночные исследования и веб-аналитика		1			3	3	108	108	12.2	12	92	3.8	3			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.05	Психология потребительского восприятия и визуального воздействия	1				3	3	108	108	14.3	14	85	8.7	3			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.06	Контент-маркетинг и философия бренда		1			2	2	72	72	12.2	12	56	3.8	2			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.07	Графическая визуализация в бренд-дизайне		1			2	2	72	72	12.2	12	56	3.8	2			24	Декоративно-прикладного искусства и
+	Б1.В.08	Практикум по дизайн-мышлению и креативным инновациям		1			3	3	108	108	12.2	12	92	3.8	3			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.09	Бренд-дизайн в социальных медиа		1			2	2	72	72	12.2	12	56	3.8	2			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.10	Современные технологии интернет-рекламы	2				4	4	144	144	16.3	16	119	8.7		4		45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.11	Дизайн цифровых интерфейсов (UX/UI-дизайн)	2				3	3	108	108	16.3	16	83	8.7		3		24	Декоративно-прикладного искусства и дизайна
+	Б1.В.12	Поисковая оптимизация		2			3	3	108	108	12.2	12	92	3.8		3		45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.13	ВТЛ-программы в бренд-коммуникациях		2			3	3	108	108	12.2	12	92	3.8		3		45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.14	Продуктовая и распределительная политика в экосистемах		2			3	3	108	108	12.2	12	92	3.8		3		45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.15	Информационно-аналитические системы управления ресурсами и процессами		2			3	3	108	108	12.2	12	92	3.8		3		45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.16	Маркетинговые метрики и оценка эффективности маркетинговых программ	2				3	3	108	108	16.3	16	83	8.7		3		45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.17	Управление цифровыми проектами и командами разработчиков	2				4	4	144	144	16.3	16	119	8.7		4		45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.18	Научно-исследовательский семинар		2			3	3	108	108	12.2	12	92	3.8		3		45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.ДЭ.01	Элективные дисциплины (модули) 1 (ДЭ.1)		2			2	2	72	72	12.2	12	56	3.8		2			
+	Б1.В.ДЭ.01.01	Прототипирование и продвижение мобильных приложений		2			2	2	72	72	12.2	12	56	3.8		2		45	Маркетинга и торгового дела
-	Б1.В.ДЭ.01.02	Инфографика и продвижение продуктов на маркетплейсах		2			2	2	72	72	12.2	12	56	3.8		2		45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.ДЭ.02	Элективные дисциплины (модули) 2 (ДЭ.2)		2			2	2	72	72	12.2	12	56	3.8		2			
+	Б1.В.ДЭ.02.01	3D-дизайн и анимация в коммерческих проектах		2			2	2	72	72	12.2	12	56	3.8		2		24	Декоративно-прикладного искусства и дизайна
-	Б1.В.ДЭ.02.02	Видео-блоггинг		2			2	2	72	72	12.2	12	56	3.8		2		24	Декоративно-прикладного искусства и

-	-	-	Форма контроля				з.е.		Итого акад.часов						Курс 1 -	Курс 2 -	Курс 3 -	Закрепленная кафедра	
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Эксперт ное	Факт	Эксперт ное	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	Контр оль	з.е. на курсе	з.е. на курсе	з.е. на курсе	Код	Наименование
Блок 2.Практика							42	42	1512	1512	15		1497		21	12	9		
Обязательная часть							9	9	324	324	4		320		9				
+	Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:		1			9	9	324	324	4		320		9				
+	Б2.О.01.01(П)	Торгово-технологическая практика (часть 1)		1			9	9	324	324	4		320		9			45	Маркетинга и торгового дела
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							33	33	1188	1188	11		1177		12	12	9		
+	Б2.В.01	Учебная практика, в т.ч.:		1			12	12	432	432	4		428		12				
+	Б2.В.01.01(У)	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)		1			12	12	432	432	4		428		12			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:		23			21	21	756	756	7		749			12	9		
+	Б2.В.02.01(П)	Торгово-технологическая практика (часть 2)		2			12	12	432	432	4		428			12		45	Маркетинга и торгового дела
+	Б2.В.02.02(П)	Научно-исследовательская работа		3			9	9	324	324	3		321				9	45	Маркетинга и торгового дела
Блок 3.Государственная итоговая аттестация							6	6	216	216	25.5		190.5				6		
+	Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы					6	6	216	216	25.5		190.5				6		
+	Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы					4	4	144	144	25		119				4	45	Маркетинга и торгового дела
+	Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы					2	2	72	72	0.5		71.5				2	45	Маркетинга и торгового дела
ФТД.Факультативные дисциплины							2	2	72	72	4.4	4	60	7.6	1	1			
+	ФТД.01	Практикум по дизайну личного бренда		1			1	1	36	36	2.2	2	30	3.8	1			45	Маркетинга и торгового дела
+	ФТД.02	Практикум по креативному брендингу		2			1	1	36	36	2.2	2	30	3.8		1		45	Маркетинга и торгового дела