

**"ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО"**

"३१"

А.В. Дрожжик:

2021г



На основе: **высшего профессионального образования**

Шифр: **ЗМТ(м) 21**

**Форма обучения - заочная**

[illegible]

Условные обозначения: 14,17,18 - количество недель самостоятельной работы; государственный экзамен [ГЭ]; каникулы [К]; учебная практика [У]; производственная практика [П]; защита ВКР [ВКР]

\* сроки проведения лабораторно-экзаменационных сессии определяются в рабочих учебных планах

## II. Сводные данные о бюджете вр., нед.

Годы обучения	Теоретическое обучение	Промежуточная аттестация	Практика	Государственный экзамен	Подготовка и защита ВКР	Каникулы	Итого
I	31	40	4			11	52
II	35	40				11	52
III	2		16	1	5	2	26
Итого	68	80	20	1	5	24	130

### III. Практика

Вид и название практики	Семестр	Недели
Научно-исследовательская работа (рассредоточенная)	1,2,3,4	
Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (НИР на базе виртуального предприятия)	2	4
Преддипломная практика	5	16
Итого		20

#### IV. Государственная итоговая аттестация (ГИА)

Форма ГИА	Семестр	Неделя
Государственный экзамен (Стратегический маркетинг, Международный маркетинг, Экологический маркетинг)	5	1
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	5	5
Итого		6

**V. План учебного процесса**

Шифр	Название учебной дисциплины, практики, ГИА	Распределение по семестрам				Количество зачетных единиц (кредитов ECTS)	Количество часов						Распределение по курсам и семестрам				
		экзамены	зачеты	Курсовые работы	Контрольные работы		общий объем	Всего	Аудиторных			Самостоятельная работа	I курс		II курс		III курс
									в том числе				1 сем	2 сем	3 сем	4 сем	5 сем
									Лекции	Лабораторные	Практические, семинарские		20	20	20	20	
													дней	дней	дней	дней	
Часы / зачетные единицы																	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Блок 1.																	
М.1.Б. Базовая часть																	
Социально-гуманитарный цикл																	
M.1.B.1	История культуры России		2			3,0	108	14	8		6	94		14/3			
M.1.B.2	Методология и методы научных исследований	1			1	2,0	72	16	10		6	56	16/2				
M.1.B.3	История и философия науки	1				3,0	108	16	10		6	92	16/3				
M.1.B.4	Педагогика высшей школы		2		2	2,0	72	14	8		6	58		14/2			
Всего:						10,0	360	60	36		24	300	32/5	28/5			
Профессиональный цикл																	
M.1.B.5	Микроэкономика (продвинутый уровень)	2			2	2,0	72	14	8		6	58		14/2			
M.1.B.6	Макроэкономика (продвинутый уровень)	1			1	2,0	72	16	10		6	56	16/2				
M.1.B.7	Охрана труда в отрасли	4			4	1,0	36	16	4	12		20				16/1	
Всего:						5	180	46	22	12	12	134	16/2	14/2		16/1	
Базовая часть, всего						15,0	540	106	58	12	36	434	48/7	42/7		16/1	
М.1.В. Вариативная часть																	
Социально-гуманитарный цикл																	
Дисциплины самостоятельного выбора учебного заведения																	
M.1.B.1.	Оценка рисков в коммерческой деятельности		3			2,0	72	16	4		12	56			16/2		
M.1.B.2.	Проблемы коммерческой инфраструктуры национальной экономики		1		1	2,0	72	10	4		6	62	10/2				
Всего:						4,0	144	26	8	0	18	118	10/2		16/2		
Дисциплины свободного выбора студента																	
M.1.B.3	Иностранный язык профессиональной направленности	2				3,0	108	18			18	90		18/3			
	Правовое регулирование предпринимательской деятельности																
M.1.B.4	Многомерный статистический анализ		3		3	2,0	72	12	2		10	60			12/2		
	Информационное обеспечение маркетинговых решений																
M.1.B.5	Трудовое право		4		4	2,0	72	16	6		10	56				16/2	
	Психология межличностных отношений																
M.1.B.6	Международное право		3		3	2,0	72	14	6		8	58			14/2		
	Современные проблемы науки и техники																
Всего:						9,0	324	60	14	0	46	264		18/3	26/4	16/2	
Профессиональный цикл																	
Дисциплины самостоятельного выбора учебного заведения																	
M.1.B.7	Стратегический маркетинг	3	2	3		5,0	180	34	12		22	146		18/3	16/2		
M.1.B.8	Международный маркетинг (продвинутый курс)	3			3	2,0	72	16	6		10	56			16/2		
M.1.B.9	Экологический маркетинг	2		2		4,0	144	16	6		10	128		16/4			



Шифр	Название учебной дисциплины, практики, ГИА	Распределение по семестрам				Количество зачетных единиц (кредитов ECTS)	Количество часов						Распределение по курсам и семестрам					
		экзамены	зачеты	Курсовые работы	Контрольные работы		общий объем	Всего	Аудиторных			Самостоятельная работа	I курс		II курс		III курс	
									в том числе				1 сем	2 сем	3 сем	4 сем	5 сем	
									Лекции	Лабораторные	Практические, семинарские		20	20	20	20		
													дней	дней	дней	дней		
													Часы / зачетные единицы					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
M.1.B.10	Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции	4			4	2,0	72	20	8		12	52					20/2	
M.1.B.11	Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности	4			4	3,0	108	24	10		14	84					24/3	
M.1.B.12	Операционный маркетинг	3			3	2,0	72	16	6		10	56				16/2		
M.1.B.13	Маркетинг продаж		2		2	3,0	108	12	4		8	96			12/3			
M.1.B.14	Разработка и реализация BTL- акций		1		1	3,0	108	16	6		10	92	16/3					
M.1.B.15	Эконометрика (продвинутый уровень)	1			1	3,0	108	16	6		10	92	16/3					
Дисциплины свободного выбора студента																		
M.1.B.16	Креатив в коммуникативном маркетинге		3			2,0	72	16	6		10	56				16/2		
	Рекламный менеджмент																	
M.1.B.17	Психотехнологии продажи товаров		4		4	2,0	72	20	10		10	52					20/2	
	Технология бренда																	
M.1.B.18	Инновационные маркетинговые коммуникации		4		4	2,0	72	20	10		10	52					20/2	
	Технологии продажи рекламы																	
M.1.B.19	Компьютерные технологии		1		1	2,0	72	16	6		10	56	16/2					
	Информационные технологии анализа данных маркетинговых исследований																	
Всего:						35,0	1260	242	96	0	146	1018	48/8	46/10	64/8	84/9		
Вариативная часть, всего						48,0	1728	328	118	0	210	1400	58/10	64/13	106/14	100/11		
Блок 2. Практика																		
М.2.В Вариативная часть																		
M.2.B.1	Научно-исследовательская работа (рассредоточенная)					18,0	648					648	0/4,5	0/4,5	0/4,5	0/4,5		
M.2.B.2	Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (НИР на базе виртуального предприятия)					6,0	216					216		0/6				
M.2.B.3	Преддипломная практика					24,0	864					864						0/24
Блок 3. Государственная итоговая аттестация																		
М.3.Б Базовая часть																		
M.3.B.1	Государственный экзамен (Стратегический маркетинг, Международный маркетинг, Экологический маркетинг)					1,5	54					54						0/1,5
M.3.B.2	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы					7,5	270					270						0/7,5
Общее количество						120,0	4320	434	176	12	246	3886	106/21,5	106/30,5	106/18,5	116/16,5	0/33	

Шифр	Название учебной дисциплины, практики, ГИА	Распределение по семестрам				Количество зачетных единиц (кредитов ECTS)	Количество часов					Распределение по курсам и семестрам						
		экзамены	зачеты	Курсовые работы	Контрольные работы		общий объем	Всего	Аудиторных			Самостоятельная работа	I курс		II курс		III курс	
									в том числе				1 сем	2 сем	3 сем	4 сем	5 сем	
									Лекции	Лабораторные	Практические, семинарские		20	20	20	20		
													дней	дней	дней	дней		
													Часы / зачетные единицы					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
	Количество экзаменов	13												4	3	3	3	
	Количество зачетов		14											3	4	4	3	
	Количество курсовых работ			2											1	1		
	Количество контрольных работ				20									6	4	4	6	

Первый проректор

Л.А. Омелянович

Декан факультета маркетинга, торговли и таможенного дела



Д.В. Махносов

Зав. кафедрой маркетинга и коммерческого дела

Е.М. Азарян

УЧЕБНЫЙ  
ОТДЕЛ