

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУВО "Пермский государственный национальный исследовательский университет"
Экономический факультет
Форма обучения заочная

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
Направление 38.03.06 Торговое дело
направленность (профиль) Маркетинг
степень бакалавр
срок обучения 4 года 8 мес.

План учебного процесса

Индекс	Наименование учебной дисциплины	Объем работы студента						Экз.	Зач.	Распределение аудиторных часов в неделю по триместрам													
		Трудоемкость	Аудиторн.	из них			Самостоят.			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
				Лекции	Практ.	Лабор.				количество недель в триместре													
										17	16	8	17	16	6	17	16	2	17	14	0	23	10
Б.1	Дисциплины (модули)	7668	748	366	348	34	6920																
Б.1.БЧ	Обязательная часть	5940	588	270	284	34	5352																
Б.1.БЧ.01	Дисциплины - А	1584	158	80	58	20	1426																
	Безопасность жизнедеятельности	108	10	6	4	0	98		3		X	X											
	Иностранный язык (английский)	144	16	0	0	16	128	6						X	X								
	Информатика	108	12	8	0	4	96		2	X	X												
	История	144	16	8	8	0	128	2		X	X												
	Культурология	108	10	6	4	0	98		3		X	X											
	Логика	108	10	6	4	0	98		6					X	X								
	Основы проектной деятельности	108	12	6	6	0	96		9								X	X					
	Правоведение	108	10	6	4	0	98		2	X	X												
	Русский язык и деловая коммуникация	108	10	6	4	0	98		3		X	X											
	Социальная психология	108	10	6	4	0	98		6					X	X								
	Социология: анализ современного общества	108	10	6	4	0	98		6					X	X								
	Физическая культура	72	4	4	0	0	68		6					X	X								
	Философия	144	16	8	8	0	128	6						X	X								
	Эффективный самоменеджмент	108	12	4	8	0	96		2	X	X												
Б.1.БЧ.02	Дисциплины - В	1260	118	64	40	14	1142																
	Информационная безопасность и криптология	108	10	6	0	4	98		9								X	X					
	Информационные системы в управлении	108	10	6	0	4	98	3			X	X											
	Концепции современного естествознания	108	10	6	4	0	98		3		X	X											
	Маркетинг	108	10	6	4	0	98		3		X	X											
	Математика	252	26	14	12	0	226	3	2	X	X	X											
	Статистика	108	10	6	2	2	98	3			X	X											
	Эконометрика	108	10	6	0	4	98	6						X	X								
	Экономическая теория	252	22	8	14	0	230	3	2	X	X	X											
	Экономический анализ	108	10	6	4	0	98	6						X	X								

Индекс	Наименование учебной дисциплины	Объем работы студента						Экз.	Зач.	Распределение аудиторных часов в неделю по триместрам													
		Трудоемкость	Аудиторн.	из них			Самостоят.			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
				Лекции	Практ.	Лабор.				количество недель в триместре													
										17	16	8	17	16	6	17	16	2	17	14	0	23	10
Б.1.БЧ.03	Дисциплины - С	3096	312	126	186	0	2784																
	Брендинг	108	10	6	4	0	98	9								X	X						
	Бухгалтерский учет	108	10	6	4	0	98	6						X	X								
	Бюджетирование в маркетинге и оценка эффективности маркетинговых решений	144	16	4	12	0	128	12											X	X			
	Введение в специальность	108	10	6	4	0	98		2	X	X												
	Категорийный менеджмент	144	16	4	12	0	128	13												X	X		
	Логистика	144	10	6	4	0	134	12											X	X			
	Маркетинговые исследования	108	12	6	6	0	96		8						X		X						
	Менеджмент	108	10	6	4	0	98	3			X	X											
	Мерчендайзинг	108	10	6	4	0	98	9								X	X						
	Налоги и налогообложение	108	10	6	4	0	98	6						X	X								
	Организация, технология и проектирование торговых предприятий	180	20	6	14	0	160	11									X		X				
	Организация, технология и проектирование торговых предприятий (курсовая)	36	0	0	0	0	36												X				
	Основы товарной политики	108	10	6	4	0	98		8						X	X	X						
	Поведение потребителей	144	16	4	12	0	128	9								X	X						
	Рекламная деятельность	144	16	4	12	0	128	9								X	X						
	Ритейлинг	144	10	6	4	0	134	13												X	X		
	Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия	144	16	4	12	0	128	12											X	X			
	Теоретические основы товароведения	108	10	6	4	0	98		9							X	X						
	Управление маркетингом	216	28	6	22	0	188	6,8							X	X	X						
	Управление маркетингом (курсовая)	36	0	0	0	0	36									X							
	Управление персоналом	108	10	4	6	0	98		6					X	X								
	Финансы	108	10	4	6	0	98	5				X	X	X									
	Ценообразование в комплексе маркетинга	108	12	8	4	0	96	12											X	X			
	Цифровой маркетинг	216	30	6	24	0	186	9									X	X	X				

Индекс	Наименование учебной дисциплины	Объем работы студента						Экз.	Зач.	Распределение аудиторных часов в неделю по триместрам														
		Трудоемкость	Аудиторн.	из них			Самостоят.			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
				Лекции	Практ.	Лабор.				количество недель в триместре														
										17	16	8	17	16	6	17	16	2	17	14	0	23	10	
	Экономика организации (предприятия)	108	10	6	4	0	98	6						X	X									
Б.1.ВЧ	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	1728	160	96	64	0	1568																	
	Элективы "Общепрофессиональные"	648	60	36	24	0	588		6,6,9,9,12,12					X	X		X	X		X	X			
	Элективы "Профессиональные"	432	40	24	16	0	392		9,9,12,12								X	X		X	X			
	Элективы "Универсальные"	648	60	36	24	0	588		6,6,9,9,12,12					X	X		X	X		X	X			
Б.2	Практики	648	0	0	0	0	648																	
Б.2.БЧ	Обязательная часть	648	0	0	0	0	648																	
	Групповая проектная работа	108	0	0	0	0	108	9									X							
	Научно-исследовательская работа	108	0	0	0	0	108	6						X										
	Преддипломная практика	216	0	0	0	0	216	13														X		
	Производственная практика (кафедра маркетинга)	216	0	0	0	0	216	12												X				
Б.3	Государственная итоговая аттестация	324	0	0	0	0	324																	
Б.3.БЧ	Обязательная часть	324	0	0	0	0	324																	
	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	216	0	0	0	0	216	14																X
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	108	0	0	0	0	108	14																X
Всего экзаменов(по триместрам)											0	1	5	0	1	8	0	1	5	0	1	4	2	2
Всего зачетов(по триместрам)											0	6	5	0	0	9	0	2	9	0	0	6	0	0