

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГАОУ ВО "МАУ"
Институт гуманитарных и социальных наук

УТВЕРЖДАЮ

И.о. ректора

_____ *М.А. Князева*

27 февраля 2026 г.

*План одобрен Ученым советом с изменениями и дополнениями
Протокол № 10 от 27.02.2026*

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

39.04.01

Направление подготовки 39.04.01 Социология

Направленность (профиль): Социологические исследования в маркетинге

Кафедра: Философии и социальных наук

Квалификация: Магистр

Год начала подготовки (по учебному плану) 2026

Форма обучения: Очная

Образовательный стандарт (ФГОС) № 79 от 05.02.2018

Срок получения образования: 2 г.

Основной	Типы задач профессиональной деятельности
+	проектный
-	научно-исследовательский
-	социально-технологический

СОГЛАСОВАНО

Проректор по ОД _____ / *Нестеренко Д.П./*

Директор ИГСН _____ / *Александрова Е.В./*

Зав. кафедрой _____ / *Жигунова Г.В./*

-	-	Формы пром. атт.			з.е.		Итого акад.часов					Курс 1		Курс 2	
		Экза мен	Зачет	Зачет оц.	Экспертное	Факт	Экспертное	По плану	Конт. раб.	СР	Конт роль	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.
Индекс	Наименование														
Блок 1.Дисциплины (модули)					66	66	2376	2376	1192	680	504	20	19	17	10
Обязательная часть					28	28	1008	1008	492	264	252	10	9	6	3
Б1.О.01	Философия и методология социальных наук	1			3	3	108	108	38	34	36	3			
Б1.О.02	Методология и методы социологического исследования в маркетинге	1			3	3	108	108	60	12	36	3			
Б1.О.03	Иностранный язык и основы перевода научных текстов	2			4	4	144	144	60	48	36	1	3		
Б1.О.04	Социология маркетинга	2			3	3	108	108	54	18	36		3		
Б1.О.05	Социология организаций		3		3	3	108	108	54	54				3	
Б1.О.06	Социология управления	4			3	3	108	108	58	14	36				3
Б1.О.07	Научно-исследовательский семинар		1		3	3	108	108	54	54		3			
Б1.О.08	Статистический анализ социологических данных в маркетинге	2			3	3	108	108	54	18	36		3		
Б1.О.09	Многомерные методы анализа социологических данных в маркетинге	3			3	3	108	108	60	12	36			3	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений					38	38	1368	1368	700	416	252	10	10	11	7
Б1.В.01	Социология рекламы и связей с общественностью	2			4	4	144	144	72	36	36	2	2		
Б1.В.02	Количественные и качественные стратегии исследования в маркетинге	1			3	3	108	108	54	18	36	3			
Б1.В.03	Выборочный метод в маркетинге	1			3	3	108	108	54	18	36	3			
Б1.В.04	Маркетинг территорий	4			3	3	108	108	58	14	36				3
Б1.В.05	Интернет-маркетинг	3			3	3	108	108	54	18	36			3	
Б1.В.06	Современные технологии маркетинговых исследований	4			4	4	144	144	90	18	36			2	2
Б1.В.07	Социология потребления	3			3	3	108	108	54	18	36			3	
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1		1		2	2	72	72	40	32		2			
Б1.В.ДВ.01.01	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности		1		2	2	72	72	40	32		2			

Индекс	Наименование	Формы пром. атт.			з.е.		Итого акад. часов					Курс 1		Курс 2	
		Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	Экспертное	Факт	Экспертное	По плану	Конт. раб.	СР	Конт роль	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.
Б1.В.ДВ.01.02	Маркетинг в современном обществе		1		2	2	72	72	40	32		2			
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2		2		3	3	108	108	44	64			3		
Б1.В.ДВ.02.01	Экономическая социология		2		3	3	108	108	44	64			3		
Б1.В.ДВ.02.02	Социология предпринимательства		2		3	3	108	108	44	64			3		
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3		2		2	2	72	72	44	28			2		
Б1.В.ДВ.03.01	Цифровая социология		2		2	2	72	72	44	28			2		
Б1.В.ДВ.03.02	Социология информационного общества и Интернета		2		2	2	72	72	44	28			2		
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4		2		3	3	108	108	44	64			3		
Б1.В.ДВ.04.01	Практикум по проектированию маркетингового исследования		2		3	3	108	108	44	64			3		
Б1.В.ДВ.04.02	Методы исследования поведения потребителей		2		3	3	108	108	44	64			3		
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5		3		3	3	108	108	46	62				3	
Б1.В.ДВ.05.01	Метод фокус-групп в маркетинге		3		3	3	108	108	46	62				3	
Б1.В.ДВ.05.02	Метод интервью в маркетинге		3		3	3	108	108	46	62				3	
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6		4		2	2	72	72	46	26					2
Б1.В.ДВ.06.01	Маркетинговые коммуникации		4		2	2	72	72	46	26					2
Б1.В.ДВ.06.02	Каналы маркетинговых коммуникаций		4		2	2	72	72	46	26					2
Блок 2.Практика					48	48	1728	1728		1728		9	12	15	12
Обязательная часть					30	30	1080	1080		1080		9	6	9	6
Б2.О.01(У)	Учебная практика, научно-исследовательская работа			24	30	30	1080	1080		1080		9	6	9	6
Часть, формируемая участниками образовательных отношений					18	18	648	648		648			6	6	6
Б2.В.01(У)	Учебная практика, проектно-технологическая практика			2	6	6	216	216		216			6		
Б2.В.02(П)	Производственная практика, проектно-технологическая практика			3	6	6	216	216		216				6	

-	-	Формы пром. атт.			з.е.		Итого акад. часов					Курс 1		Курс 2	
		Экзамен	Зачет	Зачет оц.	Экспертное	Факт	Экспертное	По плану	Конт. раб.	СР	Конт роль	Семест	Семест	Семест	Семест
Индекс	Наименование											з.е.	з.е.	з.е.	з.е.
Б2.В.03(П)	Производственная практика, преддипломная практика			4	6	6	216	216		216					6
Блок 3. Государственная итоговая аттестация					6	6	216	216		216					6
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы				6	6	216	216		216					6
ФТД. Факультативы					2	2	72	72	28	44			1		1
ФТД.01	Некоммерческий маркетинг		2		1	1	36	36	14	22			1		
ФТД.02	Практикум по представлению результатов исследования различным аудиториям		4		1	1	36	36	14	22					1