Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
"Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации"
Институт отраслевого менеджмента

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Утвержден учебным советом РАНХиГС
(в составе ОП ВО)
протокол № 8 от 27.08.2015

38.04.02

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль) "Маркетинговое управление"

Кафедра: Маркетинга и торгового дела

Факультет: маркетинга, рекламы и сервиса

Квалификация: Магистр
Программа подготовки: академ. магистратура
Форма обучения: очно-заочная
Срок обучения: 2г 6м

Виды деятельности
- организационно-управленческая - аналитическая - научно-исследовательская

Год начала подготовки 2015

Образовательный стандарт 322

30.03.2015

Согласовано

Проректор Академии _____ / *Назаров М.Н./*

Начальник УМУ _____ / *Куликова О.М./*

Декан _____ / *Косарева Е.Н./*

Зав. кафедрой _____ / *Латышова Л.С./*

Учебный план магистров 'Маги вечерка прием маркетинговое управление прием 2015.plm.xml', код направления 38.04.02, год начала подготовки 2015

1. Календарный учебный график

Мес	Сентябрь				29 - 5	Октябрь			27 - 2	Ноябрь				Декабрь				29 - 4	Январь			26 - 1	Февраль			23 - 1	Март				30 - 5	Апрель			27 - 3	Май				Июнь				29 - 5	Июль			27 -2	Август			
	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28		6 - 12	13 - 19	20 - 26		3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 30	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28		5 - 11	12 - 18	19 - 25		2 - 8	9 - 15	16 - 22		2 - 8	9 - 15	16 - 22	23 - 29		6 - 12	13 - 19	20 - 26		4 - 10	11 - 17	18 - 24	25 - 31	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28		6 - 12	13 - 19	20 - 26		3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 31
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52
I	=	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	У	У	К	К	Э	Э	Э	К	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	Э	Э	Э	У	У	П	П	К	К	К	К	К	К	К
II	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	**н**	П	П	К	К	Э	Э																			П	П	Э	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К
III	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	Д	Д	Д	Д	Г	Г	К	К	К	К	К	К	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=

2. Сводные данные

		Курс 1			Курс 2			Курс 3			Итого
		сем. 1	сем. 2	Всего	сем. 1	сем. 2	Всего	сем. 1	сем. 2	Всего	
	Теоретическое обучение	11 1/3	11	**22 1/3**	12 1/3	18	**30 1/3**				52 2/3
Э	Экзаменационные сессии	3	3	**6**	2	3	**5**				11
У	Учебная практика	2	2	**4**							4
н	Научно-исследовательская работа (рассред.)	2 2/3	4	**6 2/3**	2 2/3		**2 2/3**				9 1/3
П	Производственная практика		2	**2**	2	2	**4**	14		**14**	20
Д	Подготовка магистерской диссертации							4		**4**	4
Г	Гос. экзамены и/или защита диссертации							2		**2**	2
К	Каникулы	3	7	**10**	2	8	**10**	7		**7**	27
Итого		22	29	**51**	21	31	**52**	27		**27**	130
Студентов											
Групп											

ПЛАН Учебный план магистров 'Маги вечерка прием маркетинговое управление прием 2015.plm.xml', код направления 38.04.02, год начала подготовки 2015

	Индекс	Наименование	Формы контроля				Всего часов								ЗЕТ		Курс 1														
									в том числе								Семестр 1 [14 нед]						Семестр 2 [15 нед]						Семестр		
										из них																						
			Экзамены	Зачеты	Зачеты с оценкой	Курсовые работы	По ЗЕТ	По плану	Контакт. раб. (по учеб. зан.)	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	Экспертное	Факт	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр
4		Итого	11	4	8	1	4356	4356	564	156	126	282	1776	396	121	121	52	30	102	428	144	28	44	48	60	352	144	30	34	16	70
6		Итого по ООП (без факультативов)	11	4	7	1	4320	4320	560	154	126	280	1744	396	120	120	52	30	102	428	144	28	44	48	60	352	144	30	32	16	68
8		Б=30% В=70% ДВ(от В)=34.8%							26%	28%	22%	50%	56%	18%																	
9		Итого по блоку Б1	11	4	7	1	2196	2196	560	154	126	280	1240	396	61	61	52	30	102	428	144	21	44	48	60	352	144	18	32	16	68
11		Б=30% В=70% ДВ(от В)=34.8%							26%	28%	22%	50%	56%	18%																	
12	Б1	Дисциплины (модули)	11	4	7	1	2196	2196	560	154	126	280	1240	396	61	61	52	30	102	428	144	21	44	48	60	352	144	18	32	16	68
14	Б1.Б	Базовая часть	5	1	1		648	648	154	42		112	314	180	18	18	26		72	190	108	11							16		40
15	Б1.Б.1	Организация исследовательской деятельности		1			72	72	16	6		10	56		2	2	6		10	56		2									
18	Б1.Б.2	Управленческая экономика	1				108	108	14	4		10	58	36	3	3	4		10	58	36	3									
21	Б1.Б.3	Методы исследований в менеджменте	1				72	72	20	4		16	16	36	2	2	4		16	16	36	2									
24	Б1.Б.4	Современный стратегический анализ	3				108	108	28	8		20	44	36	3	3													8		20
27	Б1.Б.5	Корпоративные финансы	3				144	144	28	8		20	80	36	4	4													8		20
30	Б1.Б.6	Теория организации и организационное поведение			1		72	72	28	8		20	44		2	2	8		20	44		2									
33	Б1.Б.7	Управление человеческими ресурсами	1				72	72	20	4		16	16	36	2	2	4		16	16	36	2									
38	Б1.В	Вариативная часть	6	3	6	1	1548	1548	406	112	126	168	926	216	43	43	26	30	30	238	36	10	44	48	60	352	144	18	16	16	28
40	Б1.В.ОД	Обязательные дисциплины	5		4	1	1008	1008	266	74	94	98	562	180	28	28	14	30	10	126	36	6	44	48	60	352	144	18	16	16	28
41	Б1.В.ОД.1	Английский язык в профессиональной деятельности	1				144	144	30	8	16	6	78	36	4	4	8	16	6	78	36	4									
44	Б1.В.ОД.2	Математические методы исследований в маркетинге			1		72	72	24	6	14	4	48		2	2	6	14	4	48		2									
47	Б1.В.ОД.3	Маркетинговые исследования	2				144	144	36	8	16	12	72	36	4	4							8	16	12	72	36	4			
50	Б1.В.ОД.4	Маркетинговое управление	2			2	180	180	32	12		20	112	36	5	5							12		20	112	36	5			
53	Б1.В.ОД.5	Анализ поведения потребителей			2		72	72	28	8	16	4	44		2	2							8	16	4	44		2			
56	Б1.В.ОД.6	Маркетинг услуг	2				144	144	28	8		20	80	36	4	4							8		20	80	36	4			
59	Б1.В.ОД.7	Коммерческая деятельность	2				108	108	28	8	16	4	44	36	3	3							8	16	4	44	36	3			
62	Б1.В.ОД.8	Маркетинговое ценообразование			3		72	72	28	8	16	4	44		2	2													8	16	4
65	Б1.В.ОД.9	Маркетинговые факторы результативности бизнеса			3		72	72	32	8		24	40		2	2													8		24
70	Б1.В.ДВ	Дисциплины по выбору	1	3	2		540	540	140	38	32	70	364	36	15	15	12		20	112		4									
72	Б1.В.ДВ.1																														
73	1	Правовые основы маркетинговой деятельности		1			72	72	16	6		10	56		2	2	6		10	56		2									
76	2	Системный анализ принятия управленческих решений		1			72	72	16	6		10	56		2	2	6		10	56		2									
79	Б1.В.ДВ.2																														
80	1	Социальная психология		1			72	72	16	6		10	56		2	2	6		10	56		2									
83	2	Деловые коммуникации		1			72	72	16	6		10	56		2	2	6		10	56		2									
84	3	Социальная защита инвалидов и лиц с ограниченными возможностями		1			72	72	16	6		10	56		2	2	6		10	56		2									

ПЛАН Учебный план магистров 'Маги вечерка прием маркетинговое управление прием 2015.plm.xml', код направления 38.04.02, год начала подготовки 2015

	Распределение по курсам и семестрам																					
	Курс 2									Курс 3												
	3 [15 нед]			Семестр 4 [18 нед]						Семестр 5 [нед]						Семестр 6 [нед]					
	СРС	Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	ЗЕТ
4	240	72	19	26	32	50	252	36	14						30						
6	208	72	18	26	32	50	252	36	14						30						
8																					
9	208	72	11	26	32	50	252	36	11												
11																					
12	208	72	11	26	32	50	252	36	11												
14	124	72	7																		
15																					
18																					
21																					
24	44	36	3																		
27	80	36	4																		
30																					
33																					
38	84		4	26	32	50	252	36	11												
40	84		4																		
41																					
44																					
47																					
50																					
53																					
56																					
59																					
62	44		2																		
65	40		2																		
70				26	32	50	252	36	11												
72																					
73																					
76																					
79																					
80																					
83																					
84																					

ПЛАН **Учебный план магистров 'Маги вечерка прием маркетинговое управление прием 2015.plm.xml', код направления 38.04.02, год начала подготовки 2015**

	Индекс	Наименование	Формы контроля				Всего часов		в том числе						ЗЕТ		Курс 1												Семестр		
										из них							Семестр 1 [14 нед]						Семестр 2 [15 нед]								
			Экзамены	Зачеты	Зачеты с оценкой	Курсовые работы	По ЗЕТ	По плану	Контакт. раб. (по учеб. зан.)	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	Экспертное	Факт	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр
85	4	Социально-психологическая адаптация инвалидов и лиц с ограниченными возможностями в образовательной среде вуза		1			72	72	16	6		10	56		2	2	6		10	56		2									
88	Б1.В.ДВ.3																														
89	1	Интегрированные маркетинговые коммуникации		4			72	72	24	4		20	48		2	2															
92	2	Маркетинговый аудит		4			72	72	24	4		20	48		2	2															
95	Б1.В.ДВ.4																														
96	1	Стратегический маркетинг			4		72	72	28	6	16	6	44		2	2															
99	2	Брендменеджмент			4		72	72	28	6	16	6	44		2	2															
102	Б1.В.ДВ.5																														
103	1	B2B маркетинг	4				180	180	28	8	16	4	116	36	5	5															
106	2	Управление продуктом	4				180	180	28	8	16	4	116	36	5	5															
109	Б1.В.ДВ.6																														
110	1	Международный маркетинг			4		72	72	28	8		20	44		2	2															
113	2	Информационная безопасность			4		72	72	28	8		20	44		2	2															

119 / 120	Индекс	Наименование	Экз	Зач	Зач. с О.	КР	Всего часов: По ЗЕТ	По плану	Конта кт.р.				СР	ЗЕТ	ЗЕТ: Эксп	Факт	Недель		Часов: Итого	СР	Ауд	ЗЕТ	Недель		Часов: Итого	СР	Ауд	ЗЕТ	Недель		Часов: Итого
121	Б2	Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)					1800	1800					504		50	50	4	2/3	252	144		7	8		432	216		12	4	2/3	252
123	Б2.У	Учебная практика					216	216							6	6	2		108			3	2		108			3			
124	Б2.У.1	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	Вар	☐	1	2	216	216							6	6	2		108			3	2		108			3			
127	Б2.Н	Научно-исследовательская работа					504	504					504		14	14	2	2/3	144	144		4	4		216	216		6	2	2/3	144
128	Б2.Н.1	Научный семинар	Вар	☑		2	144	144					144		4	4							2	2/3	144	144		4			
129	Б2.Н.2	Научно-исследовательская работа	Вар	☑	12	3	360	360					360		10	10	2	2/3	144	144		4	1	1/3	72	72		2	2	2/3	144
132	Б2.П	Производственная практика					1080	1080							30	30							2		108			3	2		108
133	Б2.П.1	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	Вар	☐	23	4	324	324							9	9							2		108			3	2		108
134	Б2.П.2	Преддипломная практика	Вар	☐		5	756	756							21	21															

137 / 138	Индекс	Наименование	Экз	Зач	Зач. с О.	КР	Всего часов: По ЗЕТ	По плану	Конта кт.р.				СР	ЗЕТ	ЗЕТ: Эксп	Факт	Недель		Часов: Итого	СР	Ауд	ЗЕТ	Недель		Часов: Итого	СР	Ауд	ЗЕТ	Недель		Часов: Итого
139	Б3	Государственная итоговая аттестация					324	324							9	9															

141 / 142	Индекс	Наименование	Экз	За	ЗаО	КР	Всего часов: По ЗЕТ	По плану	Конта кт.р.	Лек	Лаб	Пр	СР	Контр	ЗЕТ: Эксп	Факт	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр
143	ФТД	Факультативы			1		36	36	4	2		2	32		1	1													2		2
144	ФТД.1	Дипломное проектирование			3		36	36	4	2		2	32		1	1													2		2

ПЛАН Учебный план магистров 'Маги вечерка прием маркетинговое управление прием 2015.plm.xml', код направления 38.04.02, год начала подготовки 2015

	Распределение по курсам и семестрам																					
	Курс 2									Курс 3												
	3 [15 нед]			Семестр 4 [18 нед]						Семестр 5 [нед]						Семестр 6 [нед]					
	СРС	Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	ЗЕТ
85																					
88																					
89				4		20	48		2												
92				4		20	48		2												
95																					
96				6	16	6	44		2												
99				6	16	6	44		2												
102																					
103				8	16	4	116	36	5												
106				8	16	4	116	36	5												
109																					
110				8		20	44		2												
113				8		20	44		2												

119	Часов		ЗЕТ	Недель		Часов			ЗЕТ	Недель		Часов			ЗЕТ	Недель		Часов			ЗЕТ
120	СР	Ауд				Итого	СР	Ауд				Итого	СР	Ауд				Итого	СР	Ауд	
121	144		7	2		108			3	14		756			21						
123																					
124																					
127	144		4																		
128																					
129	144		4																		
132			3	2		108			3	14		756			21						
133			3	2		108			3												
134										14		756			21						

137	Часов		ЗЕТ	Недель		Часов			ЗЕТ	Недель		Часов			ЗЕТ	Недель		Часов			ЗЕТ
138	СР	Ауд				Итого	СР	Ауд				Итого	СР	Ауд				Итого	СР	Ауд	
139										6					9						

141																					
142	СРС	Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	ЗЕТ	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контроль	ЗЕТ
143	32		1																		
144	32		1																		

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ **Учебный план магистров 'Маги вечерка прием маркетинговое управление прием 2015.plm.xml', код направления 38.04.02, год начала подготовки 2015**

Индекс	Наименование	Каф	Формируемые компетенции											
Б1	**Дисциплины (модули)**		**ОК-1**	**ОК-2**	**ОК-3**	**ОПК-1**	**ОПК-2**	**ОПК-3**	**ПК-1**	**ПК-2**	**ПК-3**	**ПК-4**	**ПК-5**	**ПК-6**
			ПК-7	**ПК-8**	**ПК-9**	**ПК-10**								
Б1.Б.1	Организация исследовательской деятельности	5	ОК-1	ОК-3	ОПК-1	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10					
Б1.Б.2	Управленческая экономика	20	ОК-1	ОК-2	ОПК-3									
Б1.Б.3	Методы исследований в менеджменте	5	ОК-2	ОК-3	ОПК-3	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10					
Б1.Б.4	Современный стратегический анализ	5	ПК-1	ПК-2	ПК-5									
Б1.Б.5	Корпоративные финансы	5	ПК-2	ПК-3	ПК-6									
Б1.Б.6	Теория организации и организационное поведение	5	ОПК-2	ПК-1	ПК-5									
Б1.Б.7	Управление человеческими ресурсами	5	ОПК-2	ПК-1										
Б1.В.ОД.1	Английский язык в профессиональной деятельности	3	ОК-3	ОПК-1										
Б1.В.ОД.2	Математические методы исследований в маркетинге	5	ОК-1	ПК-4										
Б1.В.ОД.3	Маркетинговые исследования	5	ПК-2	ПК-4	ПК-5									
Б1.В.ОД.4	Маркетинговое управление	5	ПК-2	ПК-4	ПК-5									
Б1.В.ОД.5	Анализ поведения потребителей	5	ПК-2	ПК-5	ПК-6									
Б1.В.ОД.6	Маркетинг услуг	5	ПК-1	ПК-4	ПК-5									
Б1.В.ОД.7	Коммерческая деятельность	5	ПК-1	ПК-4	ПК-5									
Б1.В.ОД.8	Маркетинговое ценообразование	5	ПК-4	ПК-5	ПК-6									
Б1.В.ОД.9	Маркетинговые факторы результативности бизнеса	5	ПК-4	ПК-5	ПК-6									
Б1.В.ДВ.1.1	Правовые основы маркетинговой деятельности	5	ОК-2	ОПК-2										
Б1.В.ДВ.1.2	Системный анализ принятия управленческих решений	5	ОК-1	ОК-2										
Б1.В.ДВ.2.1	Социальная психология	5	ОК-2	ОК-3										
Б1.В.ДВ.2.2	Деловые коммуникации	5	ОПК-1	ОПК-2										
Б1.В.ДВ.2.3	Социальная защита инвалидов и лиц с ограниченными возможностями	5	ОПК-1	ОПК-2										
Б1.В.ДВ.2.4	Социально-психологическая адаптация инвалидов и лиц с ограниченными возможностями в образовательной среде вуза	5	ОПК-1	ОПК-2										
Б1.В.ДВ.3.1	Интегрированные маркетинговые коммуникации	5	ОК-2	ОПК-1	ПК-1									
Б1.В.ДВ.3.2	Маркетинговый аудит	5	ПК-4	ПК-5	ПК-6									
Б1.В.ДВ.4.1	Стратегический маркетинг	5	ПК-3	ПК-5	ПК-6									
Б1.В.ДВ.4.2	Брендменеджмент	5	ОПК-2	ПК-2	ПК-4									
Б1.В.ДВ.5.1	B2B маркетинг	5	ПК-4	ПК-5										
Б1.В.ДВ.5.2	Управление продуктом	5	ПК-4	ПК-5										
Б1.В.ДВ.6.1	Международный маркетинг	5	ОПК-1	ОПК-2										
Б1.В.ДВ.6.2	Информационная безопасность	5	ОПК-1	ОПК-2										
Б2	**Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)**		**ОК-1**	**ОК-2**	**ОК-3**	**ОПК-1**	**ОПК-2**	**ОПК-3**	**ПК-7**	**ПК-8**	**ПК-9**	**ПК-10**		
Б2.У.1	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков		ОК-1	ОК-2	ОК-3									

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ **Учебный план магистров 'Маги вечерка прием маркетинговое управление прием 2015.plm.xml', код направления 38.04.02, год начала подготовки 2015**

Индекс	Наименование	Каф	Формируемые компетенции											
Б2.П.1	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности		ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10					
Б2.П.2	Преддипломная практика		ОК-1	ОК-3	ОПК-3	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10					
Б2.Н.1	Научный семинар		ОК-1	ОК-3	ОПК-3									
Б2.Н.2	Научно-исследовательская работа		ОК-1	ОК-3	ОПК-3	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10					
Б3	**Государственная итоговая аттестация**		**ОК-1**	**ОК-2**	**ОК-3**	**ОПК-1**	**ОПК-2**	**ОПК-3**	**ПК-1**	**ПК-2**	**ПК-3**	**ПК-4**	**ПК-5**	**ПК-6**
			ПК-7	**ПК-8**	**ПК-9**	**ПК-10**								
ФТД	**Факультативы**		**ОК-1**	**ОПК-3**	**ПК-7**	**ПК-8**	**ПК-9**	**ПК-10**						
ФТД.1	Дипломное проектирование	5	ОК-1	ОПК-3	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10						

СВОДНЫЕ ДАННЫЕ **Учебный план магистров 'Маги вечерка прием маркетинговое управление прием 2015.plm.xml', код направления 38.04.02, год начала подготовки 2015**

	Итого						Курс 1			Курс 2			Курс 3		
	Баз.%	Вар.%	ДВ(от Вар.)%	ЗЕТ			Всего	Сем 1	Сем 2	Всего	Сем 3	Сем 4	Всего	Сем 5	Сем 6
				Мин.	Макс.	Факт									
Итого				100	142	121	58	28	30	33	19	14	30	30	
Итого по ООП (без факультативов)				99	141	120	58	28	30	32	18	14	30	30	
Итого по блоку Б1	30%	70%	34.8%	51	69	61	39	21	18	22	11	11			
Дисциплины (модули)	30%	70%	34.8%	51	69	61	39	21	18	22	11	11			
Базовая часть				18	18	18	11	11		7	7				
Вариативная часть				33	51	43	28	10	18	15	4	11			
Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)				42	63	50	19	7	12	10	7	3	21	21	
Базовая часть															
Вариативная часть				42	63	50	19	7	12	10	7	3	21	21	
Государственная итоговая аттестация				6	9	9							9	9	
Базовая часть				6	9	9							9	9	
Вариативная часть															
Факультативы				1	1	1				1	1				

Доля ... занятий от аудиторных	лекционных			27.5%											
	в интерактивной форме			51.4%											
Учебная нагрузка (час/нед)	ООП, факультативы (в период ТО)			37.8	-	54	48	-	33.6	20	-				
	ООП, факультативы (в период экз. сессий)			36	-	48	48	-	36	12	-				
	Аудиторная (ООП - элект.курсы по физ.к.)(чистое ТО)			10.7	-	16.3	13.9	-	9.5	6	-				
	Ауд. (ООП - элект.курсы по физ.к.) с расср. практ. и НИР			9.1	-	13.2	10.2	-	7.8	6	-				
	Аудиторная (элект.курсы по физ.к.)				-			-			-				
Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕНЫ (Экз)				8	4	4	3	2	1					
	ЗАЧЕТЫ (За)				3	3		1		1					
	ЗАЧЕТЫ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)				3	2	1	4	2	2					
	КУРСОВЫЕ ПРОЕКТЫ (КП)														
	КУРСОВЫЕ РАБОТЫ (КР)				1		1								
	КОНТРОЛЬНЫЕ (К)														
	ОЦЕНКИ ПО РЕЙТИНГУ (Оц)														
	РЕФЕРАТЫ (Реф)														
	ЭССЕ (Эс)														
	РГР (РГР)														