

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Экономический факультет

(наименование основного учебного подразделения (ОУП) – разработчика ОП ВО)

Утверждена на заседании Ученого совета РУДН протокол № 1 от « 24 » января 2011 г.

Открыта приказом ректора РУДН № 44-1 от « 31 » января 2011 г.

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ОП ВО)**

Направление подготовки/специальность:

38.04.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль/специализация):

Международный маркетинг

(наименование ОП ВО)

Образовательная программа разработана в соответствии с требованиями:

ОС ВО РУДН, утвержденного приказом ректора № 371 от « 21 » мая 2021 г.

Уровень образования:

магистратура

(бакалавриат/специалитет/магистратура/ординатура – вписать нужное)

Квалификация выпускника:

магистр

(квалификация выпускника в соответствии с приказом Минобрнауки России от 12.09.2013 г. №1061)

Срок получения образования по ОП ВО:

2 года

(очная форма обучения)

(очно-заочная форма обучения)

(заочная форма обучения)

Сведения об особенностях реализации программы: реализуется, в том числе, в рамках Университета ШОС

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП ВО
Зобов А.М.

Председатель МССН
Ефремов В.С.

Руководитель ОУП
Андропова И.В.

(подпись)

(подпись)

(подпись)

«__» _____ 20__ г.

«__» _____ 20__ г.

«__» _____ 20__ г.

2023 г.

1. ЦЕЛЬ (МИССИЯ) ОП ВО

Миссия образовательной программы является основой для стратегического и операционного планирования изменений и масштаба вариаций в реализации образовательных работ. Миссия основной образовательной программы высшего профессионального образования по подготовке магистров направления 38.04.02. «Менеджмент» магистерская специализация «Международный маркетинг» в Российском университете дружбы народов является повышение качества и уровня жизни в экономических системах через более точную балансировку нужд потребителей и возможностей хозяйствующих субъектов по их удовлетворению.

Основная цель программы «Международный маркетинг» соответствует государственным стандартам высшего образования и состоит в подготовке профессионалов в сфере маркетинга для аналитической, организационно – управленческой и предпринимательской деятельности в организациях различных форм собственности и сфер деятельности как на международном, так и национальном уровне. Это подразумевает наличие умений и навыков в развитии и реализации маркетинговой стратегии в международной и мультикультурной среде современного мира. Данная парадигма подразумевает формирование всесторонне подготовленного специалиста, владеющего общекультурными и профессиональными компетенциями, необходимых для работы в сфере международного маркетинга и успешной конкуренции на рынке труда.

Задачи развития образовательной программы по направлению подготовки 38.04.02. «Менеджмент»:

- Удовлетворение запросов потребителей в качественных высокопрофессиональных востребованных кадрах в сфере международного маркетинга в соответствии с международными профессиональными и национальными стандартами;
- Формирование на базе систематических знаний компетенций специалиста, необходимых для успешной профессиональной деятельности в области профессионального маркетинга;
- Подготовка специалистов, свободно владеющих иностранным языком, как средством профессионального общения, современными компьютерными технологиями, возможностями сетевых информационных ресурсов, знающих основы экономики и менеджмента, стремящихся к постоянному совершенствованию своих знаний и успевающих за динамичным развитием науки и техники.
- Формирование навыков работы в интернациональной команде людьми разных национальностей, рас и вероисповеданий;
- Осознание социальной значимости профессиональной деятельности, воспитание деловой и нравственной культуры;
- Формирование гармонично развитой личности и подготовка специалиста, способного быть лидером, работать в команде, действовать и побеждать в условиях конкурентной среды;

- Интеграция в международное образовательное пространство с целью эффективного решения социально-экономических проблем;
- Воспитание выпускников на основе общечеловеческих ценностей, формирование кругозора, эрудиции, понимания общественной культуры, эстетического восприятия мира, научного мышления, коммуникабельности, корпоративной этике, умения вести дискуссии и отстаивания собственного мнения, понимания мировых тенденций социально-экономического развития общества.

2. АКТУАЛЬНОСТЬ, СПЕЦИФИКА, УНИКАЛЬНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Основная образовательная программа по направлению 38.04.02. «Менеджмент», магистерская специализация «Международный маркетинг» вносит свой вклад в международную конкурентоспособность и развитие потенциала университета.

Программа «Международный маркетинг» призвана дать необходимые навыки для успешной работы в среде современного международного маркетинга, научить студентов решать конкретные маркетинговые задачи в условиях глобальной конкуренции. Выпускники программы будут способны эффективно действовать в службах и департаментах маркетинга, ведущих российских и транснациональных компаний, принимать участие в разработке и реализации маркетинговых стратегий этих компаний. Их профессиональная деятельность будет обеспечиваться полученными компетенциями в области стратегического маркетинга, электронного маркетинга, международного брендинга, программ продвижения, учитывающих особенности конкретных национальных рынков.

Обучение осуществляется с применением разных образовательных технологий, таких как реализация программы несколькими организациями высшего образования, с использованием сетевой формы, реализация обучения по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренного обучения. Обучение по данной ОП подразумевает комплексное исследование рынков с точки зрения их B2C и B2B маркетинга, управление архитектурой каналов распределения, тенденции потребительского поведения, особенности маркетинга коммуникаций, организационных структур и рыночной среды.

Данная программа нацелена на интеграцию международного опыта продвижения товаров и услуг с практикой рыночной деятельности известных зарубежных компаний (Nestle, Danone, Coca-Cola, Adidas) в условиях российской экономики. Студентам предоставляется возможность освоить специальные разделы маркетинга на продвинутом уровне, включая маркетинговый аудит, стратегические альянсы (кобрендинг), маркетинговые метрики, разработку корпоративных сайтов, краудсорсинг, торговый маркетинг, глобальные торговые сети и т.д.

Практическая ориентация программы реализуется за счет проведения большого числа мастер-классов, активного привлечения к преподаванию специалистов по маркетингу из российских и международных компаний.

В качестве основного принципа реализации ОП данной специализации и выработки необходимых профессиональных компетенций выбран модульный принцип. Также по необходимости применяется электронное и дистанционное обучение, особенно при образовательной деятельности с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья.

Программа стимулирует студентов и преподавателей для постоянного участия в научно-практических исследованиях с целью более глубокого изучения важных вопросов современного бизнеса, погружения в интересующие вопросы и осознания мира как многокультурной и постоянно изменяющейся структуры. Это подразумевает теоретические и прикладные исследования по широкому кругу направлений маркетинга в сотрудничестве с практиками, политиками и широкой интеллектуальной общественности.

Образовательная деятельность по программе магистратуры осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

3. ПОТРЕБНОСТЬ РЫНКА ТРУДА В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ПО ПРОФИЛЮ ОП ВО

Большинство компаний осознают необходимость маркетинга. Вакансии в данной сфере постоянно возникают в различных вариантах по всему миру, включая: менеджер по маркетингу, маркетинговые исследования и аудит, реклама и РК-менеджер, планирование мероприятий, маркетинговый анализ и т. д.

Рынок товаров и услуг становится шире и многообразнее, заметно увеличивается конкуренция во всех сферах. Технологии продвижения и способы продаж с каждым годом усложняются, простые решения постепенно перестают работать. Маркетолог становится незаменимым сотрудником практически в любой компании. Маркетолог — это специалист, который анализирует целевую аудиторию, рынок товаров и услуг, конкурентов, на основе этого разрабатывает стратегию развития продукта для повышения его узнаваемости и привлекательности.

Потенциальными работодателями выпускников магистерской программы ВО «Международный маркетинг» являются частные и государственные компании, участвующие в рыночной экономике и испытывающие нужду в осознанном подходе к реализации стратегии своего поведения в современной мировой и национальной экономике. Выпускники программы могут занимать должности: руководитель проекта в целевой сфере (группы, отдела, центра по разработке и реализации маркетинговых мероприятий, маркетинговых планов, программ развития); маркетинг-менеджер; бренд-менеджер; менеджер по маркетингу; маркетолог-аналитик; специалист по международному маркетингу и др.

Преимущества профессии маркетолога:

- Востребованная профессия на рынке труда. Без маркетинговых усилий сложно что-либо продать, поэтому специалисты на рынке труда очень востребованы разных сферах деятельности.

- Широкие возможности для карьерного роста. В маркетинге сосредоточено большое количество специализаций, можно найти профессию, исходя из своих сильных навыков. А также можно быстро вырасти не только до руководителя отдела, но и директора компании.

- Творческая работа. Задачи по разработке стратегий продвижения и выстраивания каналов коммуникаций никогда не бывают идентичными в разных компаниях. Также специалист часто использует нестандартное мышление и экспериментирует в работе.

4. ОСОБЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ АБИТУРИЕНТАМ

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о высшем образовании и о квалификации.

Университет осуществляет прием граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - граждане, лица, поступающие, абитуриенты) на обучение по образовательным программам высшего образования на основании Правил приема в федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов» на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры на будущий учебный год.

Вступительное испытание в магистратуру Экономического факультета РУДН проводится в форме портфолио (конкурса документов), в соответствии расписанием, утвержденным приказом ректора РУДН.

Для прохождения конкурсного отбора абитуриенты представляют два пакета документов: первый пакет формирует личное дело абитуриента и содержит документы, указанные в Правилах приёма в ФГАОУ ВО «РУДН» для поступающих на обучение по образовательным программам высшего образования – программам магистратуры в 2022 году (далее – Правила). Второй пакет представляет собой собственно портфолио.

Конкурс портфолио проводится экзаменационной комиссией на основании следующих позиций, подтвержденных представленными абитуриентом документами:

1) Образование

- *Документы о базовом образовании*
- Должны быть представлены: диплом о высшем образовании (бакалавриат, специалитет или магистратура) и соответствующее приложение к нему.

2) Проектно-практическая деятельность и/или научная деятельность

- Опыт практической деятельности подтверждается копией трудовой книжки или копией трудового договора.

- Опубликованные или принятые к публикации научные работы (статьи, тезисы докладов) подтверждаются предоставлением подлинников, или ссылкой на открытый источник, или справкой из редакции о принятии к публикации.

- Доклады на международных и российских конференциях, научных семинарах, научных школах и т.д. подтверждаются предоставлением программы конференции или ссылкой на программу конференции в интернете.

- Участие в научно-исследовательских проектах, академических грантах подтверждается данными проекта (название, номер гранта, фонд) и контактными данными руководителя проекта.

3) Личные достижения

- Дипломы и сертификаты победителей и лауреатов олимпиад и конкурсов научных работ подтверждаются предоставлением подлинников дипломов (сертификатов) для заверения копии сотрудниками Приемной комиссии. Указывается основной диплом (сертификат), который оценивается комиссией.

- Зарубежные стажировки подтверждаются справкой или электронным письмом из учебного заведения, в котором проходила стажировка. Дополняются списком прослушанных курсов.

- Именные стипендии подтверждается справкой из деканата или справкой из фонда или списком победителей стипендиального конкурса из открытого источника.

4) Уровень языковой подготовки

- Подтверждается международным сертификатом (IELTS, CAE, BEC), удостоверением о повышении квалификации по иностранному языку, дипломом переводчика в сфере профессиональной коммуникации

5) Мотивационное письмо

В мотивационном письме должны быть даны ответы на следующие вопросы:

- Почему вы выбрали данную магистерскую программу?
- Что в вашем базовом образовании вы считаете наиболее полезным для дальнейшей деятельности (курсы, практики, навыки, умения, знания)?

- Что вы ожидаете от обучения в магистратуре? Какие области компьютерной лингвистики вам наиболее интересны?

- Чем бы хотели заниматься после магистратуры?

По каждой из позиций портфолио абитуриент может получить от 0 до максимально возможных 20 баллов (даже в случае набора большего количества баллов по совокупности критериев), что в сумме для портфолио при максимальной оценке может составить 100 баллов.

Нижней границей оценки портфолио на основе представленных документов является 30 баллов. Поступающие, получившие более низкую оценку к конкурсному отбору не допускаются.

6. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ОП ВО

6.1. ОП ВО реализуется с элементами электронного обучения/дистанционных образовательных технологий ТУИС, ТИМС.

6.2. Язык реализации ОП ВО – Образовательная деятельность по программе магистратуры осуществляется на государственном языке Российской Федерации, русский

6.3. Программа *адаптирована для обучения* инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. При обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии должны предусматривать возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

6.4. ОП ВО реализуется ФГАОУ ВО «Российским университетом дружбы народов».

6.5. Информация о планируемых базах проведения учебных/производственных практик и(или) НИР

Практика*	База проведения практики (наименование организации, место нахождения)
Учебная практика Научно-исследовательская работа (по получению первичных навыков научно-исследовательской работы)	ФГАОУ ВО «Российским университетом дружбы народов».
Преддипломная практика	Coca-Cola Hellenic, Johnson&Johnson (Consumer Division), ООО «Сан-Сан, Nestle, Kraft Foods Rus
Практика Научно-исследовательская работы	ФГАОУ ВО «Российским университетом дружбы народов».

* - указывается вид практики (учебная/производственная), тип практики – её наименование (ознакомительная, технологическая, НИР, преддипломная и т.д.), способ проведения (стационарная/выездная).

7. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ОП

7.1. Область(-и) и/или сфера(-ы) профессиональной деятельности выпускника, освоившего ОП ВО, в которой(-ых) он может осуществлять свою профессиональную деятельность:

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, включает:

- Управление маркетинговой деятельностью организации;
- Разработку и реализацию маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- Технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, являются: процессы управления маркетингом в компаниях различных организационно-правовых форм, а также размеров (малый, средний, крупный бизнеса).

7.2. Задачи профессиональной деятельности.

Выпускник, освоивший программу магистратуры, в соответствии с видом (видами) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована

программа магистратуры, готов решать следующие **профессиональные задачи:**

информационно-аналитическая деятельность:

поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия маркетинговых решений; анализ существующих форм продвижения и организации системы продаж, разработка и обоснование предложений по ее совершенствованию;

организационно-управленческая деятельность:

управление компаниями, коммерческими и маркетинговыми подразделениями и командами, нацеленными на вывод нового товара на рынок; разработка маркетинговых стратегий высокотехнологичных продуктов

7.3. Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника ОП ВО, в соответствии с которыми разработана программа*

Код и наименование проф. стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
08.035 Профессиональный стандарт «Организация и управление маркетинговой деятельностью», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 № 366н.	А	Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	6	Подготовка к проведению маркетингового исследования	А/01.6	6
				Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	А/02.6	6
08.035 Профессиональный стандарт «Организация и управление маркетинговой деятельностью», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 № 366н..	В	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	7	Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	В/01.7 В/02.7	7 7

Код и наименование проф. стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
				Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	В/03.7	7
				Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	В/04.7	7
08.035 Профессиональный стандарт «Организация и управление маркетинговой деятельностью», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 № 366н..	С	Управление маркетинговой деятельностью организации	8	Формирование маркетинговой стратегии организации Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации	С/01.8 С/02.8	8

* - формулировка трудовых функций принимается из соответствующих Профессиональных стандартов(при наличии).

8. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОП ВО

8.1. По окончании освоения ОП ВО выпускник должен обладать следующими универсальными компетенциями (УК):

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
-----------------------	--

<p>УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий</p>	<p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.4. Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования; УК-1.5. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте.</p>
<p>УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p>	<p>УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта; УК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения; УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы; УК-2.4. Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений; УК-2.5. Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля.</p>

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
<p>УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p>УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;</p> <p>УК-3.2. Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели;</p> <p>УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата;</p> <p>УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды;</p> <p>УК-3.5. Аргументирует свою точку зрения относительно использования идей других членов команды для достижения поставленной цели;</p> <p>УК-3.6. Участвует в командной работе по выполнению поручений.</p>
<p>УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>УК-4.1. Выбирает стиль делового общения, в зависимости от языка общения, цели и условий партнерства;</p> <p>УК-4.2. Адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;</p> <p>УК-4.3. Осуществляет поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач на русском и иностранном языках;</p> <p>УК-4.4. Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции;</p> <p>УК-4.5. Использует диалог для сотрудничества в академической коммуникации общения с учетом личности собеседников, их коммуникативно-речевой стратегии и тактики, степени официальности обстановки;</p> <p>УК-4.6. Формирует и аргументирует собственную оценку основных идей участников диалога (дискуссии) в соответствии с потребностями совместной деятельности.</p>
<p>УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>УК-5.1. Интерпретирует историю России в контексте мирового исторического развития;</p> <p>УК-5.2. Находит и использует при социальном и профессиональном общении информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп;</p> <p>УК-5.3. Учитывает при социальном и профессиональном общении по заданной теме историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий,</p>

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	<p>включая мировые религии, философские и этические учения;</p> <p>УК-5.4. Осуществляет сбор информации по заданной теме с учетом этносов и конфессий, наиболее широко представленных в точках проведения исследования;</p> <p>УК-5.5. Обосновывает особенности проектной и командной деятельности с представителями других этносов и (или) конфессий;</p> <p>УК-5.6. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.</p>
<p>УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>УК-6.1. Контролирует количество времени, потраченного на конкретные виды деятельности;</p> <p>УК-6.2. Вырабатывает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей;</p> <p>УК-6.3. Анализирует свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения поставленной задачи;</p> <p>УК-6.4. Распределяет задачи на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и анализа ресурсов для их выполнения.</p>
<p>УК-7. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных</p>	<p>УК-7.1. Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач;</p> <p>УК-7.2. Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.</p>

5.1. По окончании освоения ОП ВО выпускник должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
<p>ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления</p>	<p>ОПК-1.1. Обладает фундаментальными знаниями в области менеджмента;</p> <p>ОПК-1.2. Умеет использовать фундаментальные знания экономической, организационной и управленческой теории для успешного выполнения профессиональной деятельности;</p> <p>ОПК-1.3 Применяет инновационные подходы для решения управленческих задач с учетом обобщения и критического анализа передовых практик управления;</p> <p>ОПК-1.4. Владеет навыками обоснованного выбора методов решения практических и исследовательских задач</p>
<p>ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач</p>	<p>ОПК-2.1. Владеет современными техниками и методиками сбора данных, методами поиска, обработки, анализа и оценки информации для решения управленческих задач;</p> <p>ОПК-2.2. Проводит анализ и моделирование процессов управления с целью оптимизации деятельности организации;</p> <p>ОПК-2.3. Использует современные цифровые системы и методы при решении управленческих и исследовательских задач.</p>
<p>ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды</p>	<p>ОПК-3.1. Владеет методами принятия оптимальных управленческих решений в условиях динамичной бизнес-среды;</p> <p>ОПК-3.2. Принимает обоснованные организационно-управленческие решения;</p> <p>ОПК-3.3. Оценивает операционную и организационную эффективность и социальную значимость организационно-управленческих решений;</p> <p>ОПК-3.4. Обеспечивает реализацию организационно-управленческих решений в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды.</p>
<p>ОПК-4. Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и</p>	<p>ОПК-4.1. Использует современные методы, технологии и инструменты управления проектной и процессной деятельностью в компании;</p> <p>ОПК-4.2. Применяет в процессной и проектной деятельности современные практики управления, лидерские и коммуникативные навыки;</p>

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	ОПК-4.3. Выявляет и оценивает новые рыночные возможности развития инновационных направлений деятельности компании; ОПК-4.4. Разрабатывает на основе использования современных методов позиционирования бизнеса стратегии развития компаний и соответствующие им бизнес-модели.
ОПК-5. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	ОПК-5.1. Способен разработать план научного исследования в области менеджмента на основе оценки и обобщения результатов научных трудов отечественных и зарубежных ученых; ОПК-5.2. Использует современные методы, технологии и инструменты сбора информации, ее обработки и критической оценки результатов научных исследований в менеджменте; ОПК-5.3. Обладает навыками обобщения и формулирования выводов, разработки рекомендаций по результатам научного исследования в области менеджмента; ОПК-5.4. Участвует в реализации научно-исследовательских проектов в области менеджмента и смежных отраслей.
ОПК-6. Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность	ОПК-6.1. Владеет цифровыми технологиями для успешного решения профессиональных задач ОПК-6.2. Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность ОПК-6.3. Умеет применять общие или специализированные пакеты прикладных программ, предназначенных для выполнения профессиональных задач

5.2. Перечень профессиональных компетенций (ПК)*, которыми должен обладать выпускник, полностью освоивший ОП ВО:

Код и наименование ПКО	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой	ПК-1.1. Знает цели, этапы и процедуры проведения маркетинговых исследований ПК-1.2. Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность	08.035 Профессиональный стандарт «Организация и управление маркетинговой деятельностью»

Код и наименование ПКО	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
<p>среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга, соответствующего последним мировым тенденциям</p>	<p>ПК-1.3. Умеет оценивать экономическую и социальную эффективность маркетинговых исследований</p> <p>ПК-1.4. Знает принципы интерпретации полученных результатов научных исследований в профессиональной деятельности</p>	
<p>ПК-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании</p>	<p>ПК-2.1. Знает, как осуществляется выбор инноваций в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)</p> <p>ПК-2.2. Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность</p> <p>ПК-2.3. Умеет проводить анализ и оценку их экономической эффективности инновационных продуктов</p> <p>ПК-2.4. Владеет методами разработки и оценки эффективности инновационных торгово-технологических, или маркетинговых, или логистических, или рекламных технологий</p>	<p>08.035 Профессиональный стандарт «Организация и управление маркетинговой деятельностью»</p>
<p>ПК-3 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках</p>	<p>ПК-3.1. Знает основные стратегические и тактические аспекты установления цен в канале товародвижения на международных рынках</p> <p>ПК-3.2. Знает особенности ценообразования на материальный и нематериальный товар на международных рынках</p> <p>ПК-3.3. Умеет разработать стратегию ценообразования с учетом рыночных факторов на международных рынках</p> <p>ПК-3.4. Организует деятельность творческих коллективов (команд) для решения организационно-управленческих задач и руководит ими</p>	<p>08.035 Профессиональный стандарт «Организация и управление маркетинговой деятельностью»</p>

Код и наименование ПКО	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
ПК-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	<p>ПК-4.1. Знает составляющие системы товародвижения на рынке, их сущность, условия, особенности организации, функционирования и пути минимизации издержек на международных рынках</p> <p>ПК-4.2. Знает основные формы выхода компании на международный рынок</p> <p>ПК-4.3. Умеет управлять процессами поставки и товародвижения на отраслевых рынках международного уровня</p> <p>ПК-4.4 Владеет навыками моделирования и проектирования деятельности предприятия на международных рынках товаров и услуг</p> <p>ПК-4.5 Знает основные каналы распределения и продвижения товаров в международном маркетинге</p>	<p>08.037 – Бизнес-аналитик</p> <p>08.035 Профессиональный стандарт «Организация и управление маркетинговой деятельностью»</p>
ПК-5. Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций международной компании	<p>ПК-5.1. Знает основные форматы маркетинговых коммуникаций на международных рынках</p> <p>ПК-5.2. Знает специфику работы с разными инструментами продвижения на международном уровне</p> <p>ПК-5.3. Умеет ориентироваться в современных методах продвижения на международных рынках</p> <p>ПК-5.4. Умеет вырабатывать стратегические маркетинговые решения в области рекламы</p> <p>ПК-5.5. Умеет составить план рекламной кампании</p> <p>ПК-5.6. Владеет навыками оценки эффективности стратегии продвижения на международных рынках</p>	<p>08.035 Профессиональный стандарт «Организация и управление маркетинговой деятельностью»</p>
ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной	<p>ПК-6.1. Знает специфику работы с разными инструментами международного маркетинга</p> <p>ПК-6.2. Знает основы международного сбыта, международной маркетинговой</p>	<p>08.035 Профессиональный стандарт «Организация и управление</p>

Код и наименование ПКО	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
компании	<p>коммуникации</p> <p>ПК-6.3. Умеет применять методы оценки эффективности решений в области международного маркетинга</p> <p>ПК-6.4. Умеет анализировать действие компаний-международных партнеров</p> <p>ПК-6.5. Владеет аналитическими, системными и коммуникационными навыками для ведения успешной деятельности в условиях быстро меняющейся международной маркетинговой среды</p> <p>ПК-6.6. Владеет навыками креативного подхода к проблемам разработки и реализации международных маркетинговых стратегий компании</p>	маркетинговой деятельностью»
ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании	<p>ПК-7.1. Знает этапы международного стратегического планирования</p> <p>ПК-7.2. Знает критерии определения ключевых показателей, используемых при планировании маркетинговой деятельности предприятия на международном уровне</p> <p>ПК-7.3. Умеет формировать планы маркетинга</p> <p>ПК-7.4. Умеет разрабатывать основные бизнес-процессы предприятия, связанные с маркетинговой деятельностью</p> <p>ПК-7.5. Владеет методами разработки и реализации маркетинговых программ</p> <p>ПК-7.6. Владеет методами принятия тактических и оперативных решений в управлении маркетинговой деятельностью предприятия</p>	08.035 Профессиональный стандарт «Организация и управление маркетинговой деятельностью»

* - ПКО формулирует разработчик программы с учетом требований профессиональных стандартов и направленности ОП ВО.

9. МАТРИЦА КОМПЕТЕНЦИЙ, формируемых у обучающихся при освоении ОП ВО «Управление персоналом в кросс культурной среде», по направлению подготовки 38.04.02 «Международный маркетинг»

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	УК-6. Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	
Блок 1.	Дисциплины (модули)	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4 УК-2.5	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 УК-3.5 УК-3.6	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-4.6	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4 УК-5.5 УК-5.6	УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-6.4	УК-7.1 УК-7.2
Б1.О.01	Базовая компонента	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5		УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 УК-3.5 УК-3.6	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-4.6	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4 УК-5.5 УК-5.6	УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-6.4	УК-7.1 УК-7.2
Б1.О.01.01	Управленческая экономика	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	УК-6. Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	УК-7. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.
Б1.О.01.02	Методология исследования проблем управления	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5					УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-6.4	УК-7.1 УК-7.2
Б1.О.01.03	Теория организации управления	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5		УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 УК-3.5 УК-3.6				
Б1.О.01.04	Современный стратегический анализ	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5						
Б1.О.01.ДВ.01	Иностранный язык в профессиональной деятельности / Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности				УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-4.6	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4 УК-5.5 УК-5.6		

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	УК-6. Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.
Б1.О.01.ДВ.01.01	Профессиональный иностранный язык				УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-4.6	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4 УК-5.5 УК-5.6	
Б1.О.01.ДВ.01.02	Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности						
Б1.О.02	Вариативная компонента	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5			УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-4.6	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4 УК-5.5 УК-5.6	УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-6.4 УК-7.1 УК-7.2
Б1.О.02.01	Финансы организаций	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5					

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	УК-6. Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	УК-7. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.
Б1.О.02.02	Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов)						УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-6.4	УК-7.1 УК-7.2
Б1.О.02.03	Оперативное маркетинговое планирование				УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-4.6	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4 УК-5.5 УК-5.6		

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	УК-6. Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	УК-7. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.
Б1.О.02.04	Маркетинговый аудит							
Б1.О.02.05	Фрагментация производства и трансграничные цепочки стоимости							
Б1.О.02.06	Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях				УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-4.6	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4 УК-5.5 УК-5.6		
Б1.О.02.07	Digital marketing						УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-6.4	
Б1.О.02.08	Международные маркетинговые стратегии					УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4 УК-5.5 УК-5.6		

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	УК-6. Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	УК-7. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.
Б1.О.03	Проектный модуль							
Б1.О.03.01	Индивидуальный проект по маркетинговому планированию							
Б1.О.03.02	Междисциплинарный групповой проект по международному маркетингу							
	Часть формируемая участниками образовательных отношений	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4 УК-2.5	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 УК-3.5 УК-3.6		УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4 УК-5.5 УК-5.6	УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-6.4	УК-7.1 УК-7.2
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)		УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4 УК-2.5					

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	УК-6. Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.
Б1.В.ДВ.01.01	Контактный маркетинг (Touchpoints Marketing)		УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4 УК-2.5				
Б1.В.ДВ.01.02	Маркетинговые методы прогнозирования	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5					
Б1.В.ДВ.01.03	Маркетинговая аналитика на основе Big Data						
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5					

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, выработав командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	УК-6. Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	УК-7. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.
Б1.В.ДВ.02.01	Разработка бизнес стратегий в международных компаниях	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5						
Б1.В.ДВ.02.02	Анализ финансовой отчетности							
Б1.В.ДВ.02.03	Экономика энергетических и сырьевых отраслей России							
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)			УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 УК-3.5 УК-3.6				
Б1.В.ДВ.03.01	Инфографика и технологии презентации в корпорациях			УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 УК-3.5		УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4 УК-5.5		

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, выработав командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	УК-6. Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	УК-7. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.
Б1.В.ДВ.03.02	Изучение потребителя и таргетинг в соцсетях			УК-3.6		УК-5.6		УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4 УК-5.5 УК-5.6
Б1.В.ДВ.03.03	Инновационное предпринимательство						УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-6.4	УК-7.1 УК-7.2
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)			УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 УК-3.5 УК-3.6				УК-7.1 УК-7.2
Б1.В.ДВ.04.01	Техника ведения переговоров			УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 УК-3.5				УК-7.1 УК-7.2

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	УК-6. Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	УК-7. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.
Б1.В.ДВ.04.02	Международные стратегические альянсы в маркетинге							
Б1.В.ДВ.04.03	Моделирование и оценка потребительских предпочтений в реальных компаниях							
Блок 2.	Практика		УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4 УК-2.5				УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-6.4	УК-7.1 УК-7.2
Б2.0	Обязательная часть		УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4 УК-2.5				УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-6.4	УК-7.1 УК-7.2
Б2.О.01	Вариативная компонента		УК-2.1 УК-2.2				УК-6.1 УК-6.2	УК-7.1 УК-7.2

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	УК-6. Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.
БЗ.02(Д)	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы		УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4 УК-2.5				
К.М.	Комплексные модули						
К.М.01	Модуль 1						
ФТД.	Факультативные дисциплины						
ФТД.01	Профессиональный иностранный язык (факультатив)						
ФТД.02	Адаптивный курс по русскому языку для иностранных студентов						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	УК-6. Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.
ФТД.03	Адаптивный курс по основам экономики						
ФТД.04	Адаптивный курс по основам менеджмента						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен применять при решении профессиональных задач знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной, управленческой, социологической, психологической теорий и права, обобщать и критически оценивать существующие передовые практики и результаты научных исследований по управлению персоналом и в смежных областях	ОПК-2. Способен применять комплексный подход к сбору данных, продвинутые методы их обработки и анализа при решении управленческих и исследовательских задач.	ОПК-3. Способен разрабатывать и обеспечивать реализацию стратегии, политик и технологий управления персоналом организации в динамичной среде и оценивать их социальную и экономическую эффективность	ОПК-4. Способен проектировать организационные изменения, руководить проектной и процессной деятельностью и подразделением организации	ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-6. Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность
Блок 1.	Дисциплины (модули)	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-4.4	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-5.4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
Б1.0	Обязательная часть	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-4.4	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-5.4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
Б1.0.01	Базовая компонента	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4		ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-5.4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
Б1.0.01.01	Управленческая экономика	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4					ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
Б1.0.01.02	Методология исследования проблем управления		ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3				
Б1.0.01.03	Теория организации управления	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3		ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3		ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3	

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен применять при решении профессиональных задач знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной, управленческой, социологической, психологической теорий и права, обобщать и критически оценивать существующие передовые практики и результаты научных исследований по управлению персоналом и в смежных областях	ОПК-2. Способен применять комплексный подход к сбору данных, продвинутые методы их обработки и анализа при решении управленческих и исследовательских задач.	ОПК-3. Способен разрабатывать и обеспечивать реализацию стратегии, политик и технологий управления персоналом организации в динамичной среде и оценивать их социальную и экономическую эффективность	ОПК-4. Способен проектировать организационные изменения, руководить проектной и процессной деятельностью и подразделением организации	ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-6. Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность
		ОПК-1.4		ОПК-3.4		ОПК-5.4	
Б1.О.01.04	Современный стратегический анализ	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4			
Б1.О.01.ДВ.01	Иностранный язык в профессиональной деятельности / Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности						
Б1.О.01.ДВ.01.01	Профессиональный иностранный язык						
Б1.О.01.ДВ.01.02	Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности						
Б1.О.02	Вариативная компонента	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-4.4	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-5.4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
Б1.О.02.01	Финансы организаций	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3				ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
Б1.О.02.02	Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов)		ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3				ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
Б1.О.02.03	Оперативное маркетинговое планирование	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4		ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-4.4		

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен применять при решении профессиональных задач знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной, управленческой, социологической, психологической теорий и права, обобщать и критически оценивать существующие передовые практики и результаты научных исследований по управлению персоналом и в смежных областях	ОПК-2. Способен применять комплексный подход к сбору данных, продвинутые методы их обработки и анализа при решении управленческих и исследовательских задач.	ОПК-3. Способен разрабатывать и обеспечивать реализацию стратегии, политик и технологий управления персоналом организации в динамичной среде и оценивать их социальную и экономическую эффективность	ОПК-4. Способен проектировать организационные изменения, руководить проектной и процессной деятельностью и подразделением организации	ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-6. Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность
Б1.О.02.04	Маркетинговый аудит		ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4		ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-5.4	
Б1.О.02.05	Фрагментация производства и трансграничные цепочки стоимости			ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-4.4		
Б1.О.02.06	Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4		ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4			
Б1.О.02.07	Digital marketing						ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
Б1.О.02.08	Международные маркетинговые стратегии			ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4			
Б1.О.03	Проектный модуль						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен применять при решении профессиональных задач знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной, управленческой, социологической, психологической теорий и права, обобщать и критически оценивать существующие передовые практики и результаты научных исследований по управлению персоналом и в смежных областях	ОПК-2. Способен применять комплексный подход к сбору данных, продвинутые методы их обработки и анализа при решении управленческих и исследовательских задач.	ОПК-3. Способен разрабатывать и обеспечивать реализацию стратегии, политик и технологий управления персоналом организации в динамичной среде и оценивать их социальную и экономическую эффективность	ОПК-4. Способен проектировать организационные изменения, руководить проектной и процессной деятельностью и подразделением организации	ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-6. Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность
Б1.О.03.01	Индивидуальный проект по маркетинговому планированию						
Б1.О.03.02	Междисциплинарный групповой проект по международному маркетингу						
Б1.В	Часть формируемая участниками образовательных отношений						
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)						
Б1.В.ДВ.01.01	Контактный маркетинг (Touchpoints Marketing)						
Б1.В.ДВ.01.02	Маркетинговые методы прогнозирования						
Б1.В.ДВ.01.03	Маркетинговая аналитика на основе Big Data						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен применять при решении профессиональных задач знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной, управленческой, социологической, психологической теорий и права, обобщать и критически оценивать существующие передовые практики и результаты научных исследований по управлению персоналом и в смежных областях	ОПК-2. Способен применять комплексный подход к сбору данных, продвинутые методы их обработки и анализа при решении управленческих и исследовательских задач.	ОПК-3. Способен разрабатывать и обеспечивать реализацию стратегии, политик и технологий управления персоналом организации в динамичной среде и оценивать их социальную и экономическую эффективность	ОПК-4. Способен проектировать организационные изменения, руководить проектной и процессной деятельностью и подразделением организации	ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-6. Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)						
Б1.В.ДВ.02.01	Разработка бизнес стратегий в международных компаниях						
Б1.В.ДВ.02.02	Анализ финансовой отчетности						
Б1.В.ДВ.02.03	Экономика энергетических и сырьевых отраслей России						
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)						
Б1.В.ДВ.03.01	Инфографика и технологии презентации в корпорациях						
Б1.В.ДВ.03.02	Изучение потребителя и таргетинг в соцсетях						
Б1.В.ДВ.03.03	Инновационное предпринимательство						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен применять при решении профессиональных задач знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной, управленческой, социологической, психологической теорий и права, обобщать и критически оценивать существующие передовые практики и результаты научных исследований по управлению персоналом и в смежных областях	ОПК-2. Способен применять комплексный подход к сбору данных, продвинутые методы их обработки и анализа при решении управленческих и исследовательских задач.	ОПК-3. Способен разрабатывать и обеспечивать реализацию стратегии, политик и технологий управления персоналом организации в динамичной среде и оценивать их социальную и экономическую эффективность	ОПК-4. Способен проектировать организационные изменения, руководить проектной и процессной деятельностью и подразделением организации	ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-6. Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)						
Б1.В.ДВ.04.01	Техника ведения переговоров						
Б1.В.ДВ.04.02	Международные стратегические альянсы в маркетинге						
Б1.В.ДВ.04.03	Моделирование и оценка потребительских предпочтений в реальных компаниях						
Блок 2.	Практика						
Б2.0	Обязательная часть						
Б2.О.01	Вариативная компонента						
Б2.О.01.01(Н)	Научно-исследовательская работа						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен применять при решении профессиональных задач знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной, управленческой, социологической, психологической теорий и права, обобщать и критически оценивать существующие передовые практики и результаты научных исследований по управлению персоналом и в смежных областях	ОПК-2. Способен применять комплексный подход к сбору данных, продвинутые методы их обработки и анализа при решении управленческих и исследовательских задач.	ОПК-3. Способен разрабатывать и обеспечивать реализацию стратегии, политик и технологий управления персоналом организации в динамичной среде и оценивать их социальную и экономическую эффективность	ОПК-4. Способен проектировать организационные изменения, руководить проектной и процессной деятельностью и подразделением организации	ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-6. Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность
Б2.О.01.02(Пд)	Преддипломная практика						
Блок 3.	Государственная итоговая аттестация						
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена		ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4			ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
Б3.02(Д)	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы						
К.М.	Комплексные модули						
К.М.01	Модуль 1						
ФТД.	Факультативные дисциплины						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен применять при решении профессиональных задач знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной, управленческой, социологической, психологической теорий и права, обобщать и критически оценивать существующие передовые практики и результаты научных исследований по управлению персоналом и в смежных областях	ОПК-2. Способен применять комплексный подход к сбору данных, продвинутые методы их обработки и анализа при решении управленческих и исследовательских задач.	ОПК-3. Способен разрабатывать и обеспечивать реализацию стратегии, политик и технологий управления персоналом организации в динамичной среде и оценивать их социальную и экономическую эффективность	ОПК-4. Способен проектировать организационные изменения, руководить проектной и процессной деятельностью и подразделением организации	ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-6. Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность
ФТД.01	Профессиональный иностранный язык (факультатив)						
ФТД.02	Адаптивный курс по русскому языку для иностранных студентов						
ФТД.03	Адаптивный курс по основам экономики						
ФТД.04	Адаптивный курс по основам менеджмента						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						ПК-7 Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании
		ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга, соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2 Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-3 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5 Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций международной компании	ПК-6 Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	
Блок 1.	Дисциплины (модули)	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-3.4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б1.0	Обязательная часть	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-3.4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б1.0.01	Базовая компонента	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-3.4		ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б1.0.01.01	Управленческая экономика		ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-3.4		ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6	

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						ПК-7 Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании
		ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга, соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2 Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-3 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5 Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций международной компании	ПК-6 Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	
Б1.О.01.02	Методология исследования проблем управления					ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6		
Б1.О.01.03	Теория организации управления							
Б1.О.01.04	Современный стратегический анализ	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4					ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6	
Б1.О.01.ДВ.01	Иностранный язык в профессиональной деятельности / Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности							ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б1.О.01.ДВ.01.01	Профессиональный иностранный язык							ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						ПК-7 Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании
		ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга, соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2 Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-3 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5 Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций международной компании	ПК-6 Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	
Б1.О.01.ДВ.01.02	Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности							
Б1.О.02	Вариативная компонента	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-3.4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б1.О.02.01	Финансы организаций	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4						
Б1.О.02.02	Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов)	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4						
Б1.О.02.03	Оперативное маркетинговое планирование			ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-3.4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6		ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						ПК-7 Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании
		ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга, соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2 Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-3 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5 Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций международной компании	ПК-6 Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	
Б1.О.02.04	Маркетинговый аудит			ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-3.4				ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б1.О.02.05	Фрагментация производства и трансграничные цепочки стоимости				ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5			ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б1.О.02.06	Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях					ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6		
Б1.О.02.07	Digital marketing		ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4			ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6		

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						ПК-7 Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании
		ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга, соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2 Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-3 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5 Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций международной компании	ПК-6 Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	
Б1.О.02.08	Международные маркетинговые стратегии		ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4				ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6	
Б1.О.03	Проектный модуль							
Б1.О.03.01	Индивидуальный проект по маркетинговому планированию							
Б1.О.03.02	Междисциплинарный групповой проект по международному маркетингу							
	Часть формируемая участниками образовательных отношений	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-3.4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						ПК-7 Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании
		ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга, соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2 Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-3 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5 Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций международной компании	ПК-6 Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)						ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б1.В.ДВ.01.01	Контактный маркетинг (Touchpoints Marketing)						ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б1.В.ДВ.01.02	Маркетинговые методы прогнозирования	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4					ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б1.В.ДВ.01.03	Маркетинговая аналитика на основе Big Data							
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)			ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-3.4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6		

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						ПК-7 Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании
		ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга, соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2 Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-3 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5 Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций международной компании	ПК-6 Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	
Б1.В.ДВ.02.01	Разработка бизнес стратегий в международных компаниях			ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-3.4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6		
Б1.В.ДВ.02.02	Анализ финансовой отчетности		ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4					
Б1.В.ДВ.02.03	Экономика энергетических и сырьевых отраслей России		ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4					
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)						ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6	
Б1.В.ДВ.03.01	Инфографика и технологии презентации в корпорациях						ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6	

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга, соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2 Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-3 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5 Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций международной компании	ПК-6 Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании
Б1.В.ДВ.03.02	Изучение потребителя и таргетинг в соцсетях					ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6	
Б1.В.ДВ.03.03	Инновационное предпринимательство		ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4				ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)					ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6	
Б1.В.ДВ.04.01	Техника ведения переговоров					ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6	

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						ПК-7 Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании
		ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга, соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2 Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-3 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5 Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций международной компании	ПК-6 Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	
Б1.В.ДВ.04.02	Международные стратегические альянсы в маркетинге							ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б1.В.ДВ.04.03	Моделирование и оценка потребительских предпочтений в реальных компаниях							
Блок 2.	Практика	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-3.4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б2.0	Обязательная часть	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-3.4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б2.0.01	Вариативная компонента	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-3.4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						ПК-7 Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании
		ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга, соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2 Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-3 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5 Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций международной компании	ПК-6 Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	
Б2.О.01.01(Н)	Научно-исследовательская работа	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4					
Б2.О.01.02(Пд)	Преддипломная практика	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-3.4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Блок 3.	Государственная итоговая аттестация							ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4				ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б3.02(Д)	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы							ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						ПК-7 Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании
		ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга, соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2 Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлении ими на международных рынках компании	ПК-3 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5 Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций международной компании	ПК-6 Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	
К.М.	Комплексные модули							
К.М.01	Модуль 1							
ФТД.	Факультативные дисциплины							
ФТД.01	Профессиональный иностранный язык (факультатив)							
ФТД.02	Адаптивный курс по русскому языку для иностранных студентов							
ФТД.03	Адаптивный курс по основам экономики							
ФТД.04	Адаптивный курс по основам менеджмента							