

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

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 15.06.2022 15:43:21

Уникальный программный ключ:

ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Экономический факультет

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

Утверждена на заседании Ученого
совета РУДН протокол № 14
от «14» декабря 2010 г.

Открыта приказом ректора РУДН № 88
от «14» февраля 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):

Специализация «Современный маркетинг и управление продажами»

(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:

2,5

-

(очная форма обучения)

(очно-заочная форма обучения)

(заочная форма обучения)

Сведения об особенностях реализации программы:

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП ВО
Зобов А.М.

Председатель МССН
Ефремов В.С.

Руководитель ОУП
Мосейкин Ю.Н.

(подпись)

(подпись)

(подпись)

«__» _____ 2022 г.

«__» _____ 2022 г.

«__» _____ 2022 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 по направлению 38.04.02. «Менеджмент» специализации «Современный маркетинг и управление продажами» 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 «Современный маркетинг и управление продажами» 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 на национальном уровне. Это подразумевает наличие умений и навыков в развитии и реализации маркетинговой стратегии. Данная парадигма подразумевает формирование всесторонне подготовленного специалиста, владеющего общекультурными и профессиональными компетенциями, необходимыми для работы в сфере современного маркетинга и управления продажами и успешной конкуренции на рынке труда.

В соответствии с миссией и целью, задачами программы являются:

- Удовлетворение запросов потребителей в качественных высокопрофессиональных востребованных кадрах в сфере маркетинга и управления продажами 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 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 с 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 «Современный маркетинг и управление продажами» вносит свой вклад в международную конкурентоспособность и развитие потенциала университета. Главной конечной целью обучения и воспитания студентов программы «Современный маркетинг и управление продажами» является формирование разносторонней успешной личности, обладающей универсальными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями. Большое внимание уделяется профессиональной подготовке, направленной на приобретение и совершенствование практических навыков в выполнении своих обязанностей, углубление и укрепление знаний, подготовке специалистов, способных выполнять свои профессиональные обязанности, как в Российской Федерации, так и в любом регионе мира. Задачи обучения по магистерской программе «Современный маркетинг и управление продажами» таковы, что выпускники программы способны успешно конкурировать на рынке труда. Перечень универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, которыми должен обладать выпускник в результате освоения данной образовательной программы, полностью отвечает профессиональной деятельности и также удовлетворяет требованиям работодателей. Решение этих задач опирается на постоянное развитие учебно-методической, информационно-инновационной и материально-технической базы кафедр и совершенствование образовательной, научно-инновационной, международной и внеучебной работы.

Практико-ориентированный подход к обучению – одна из важнейших ценностей программы «Современный маркетинг и управление продажами». Проведение практики на базе коммерческих организаций является неотъемлемой частью учебного процесса.

Основными базами практик являются крупные международные и национальные компании различных сфер и отраслей экономики, которые заинтересованы в привлечении на работу выпускников. Также во время обучения проводятся многочисленные стажировки и мастер-классы от компаний – лидеров рынка и будущих работодателей.

Выпускники программы «Современный маркетинг и управление продажами» готовы к работе на управленческих должностях в различных функциональных подразделениях производственных и сервисных организаций, консалтинговых компаний, банков, некоммерческих и благотворительных организаций.

Карьерный рост сопровождается ростом оплаты труда, верхний предел которой для менеджеров трудно ограничить. Все зависит от карьерных амбиций, целеустремленности и трудолюбия специалиста, а также размеров и особенностей бизнеса компании

3. ПОТРЕБНОСТЬ РЫНКА ТРУДА В ВЫПУСКНИКАХ ДАННОЙ ОП ВО.

В современном мире квалифицированные специалисты в области маркетинга становятся всё более востребованными. Профессии в области маркетинговой деятельности престижны и востребованы во всем мире. Спрос на таких специалистов в различных отраслях экономики продолжает расти.

В период сложной экономической ситуации именно специалисты в области маркетинга и продаж могут точно проанализировать рынок, определить необходимые для предприятия стратегии, спрогнозировать планы продаж и производства, разработать программу повышения конкурентоспособности предприятия, разработать планы продвижения, найти решения в

области инноваций, внедрить антикризисные модели управления, укрепить рыночные позиции.

Среди наиболее востребованных позиций на рынке труда можно назвать следующие: менеджер по маркетингу, менеджер по развитию бизнеса, бренд-менеджер, менеджер по продажам, менеджер по маркетинговым исследованиям, PR-менеджер, менеджер по торговому маркетингу др.

Актуальность подготовки магистрантов по программе «Современный маркетинг и управлением продажами» (направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент») определяется:

- новыми подходами к управлению, ориентированными на тенденции развития современной экономики:

- необходимостью формирования подразделений маркетинга не только в бизнес-организациях, но и государственных органах;

- подготовкой востребованных кадров, владеющих знаниями, умениями и навыками в области современного маркетинга и управления продажами.

Магистерская программа дает возможность не только получить теоретические основы знаний в области маркетинга и управлениями продажами, но и практические навыки использования знаний в сфере маркетинга.

Потенциальными работодателями выпускников программы «Современный маркетинг и управление продажами» являются частные и государственные компании всех отраслей, осознающие необходимость внедрения новых маркетинговых подходов к управлению. Выпускники программы могут занимать должности, связанные с управлением, маркетингом и продажами, такими как, менеджер по развитию бизнеса, менеджер по маркетингу, менеджер по продажам, бренд-менеджер, аналитик, менеджер по торговому маркетингу, менеджер по рекламе и т.д.

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 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.

Прием на обучение по программам магистратуры проводится на основании конкурса портфолио.

6. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ОП ВО

6.1. ОП ВО реализуется с элементами применения электронного обучения/дистанционных образовательных технологий (телекоммуникационная учебно-информационная система -ТУИС, MS teams).

6.2. Язык реализации ОП ВО – 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.

6.5. Информация о планируемых базах проведения преддипломной практики и(или) НИР

Практика*	База проведения практики (наименование организации, место нахождения)
Преддипломная практика	Министерство экономического развития, Технополис Москва, Credendo-Ingosstrakh, Сбер- г.Москва

* - 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. Области профессиональной деятельности выпускника, освоившего ОП ВО, в которых он может осуществлять свою профессиональную деятельность, включают:

- организации любой организационно-правовой форм, в которых выпускники потенциально могут работать в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления;
- структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело;
- научно-исследовательские организации, связанные с решением управленческих проблем в целевой сфере;
- учреждения системы высшего и дополнительного профессионального образования

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, являются:

- процессы управления маркетингом организаций различных организационно-правовых форм;
- процессы государственного и муниципального управления/

Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу магистратуры:

- организационно-управленческая.
- информационно-аналитическая;

При разработке и реализации программ магистратуры Университет ориентируется на конкретный вид (виды) профессиональной деятельности, к которому (которым) готовится выпускник, исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательского и материально-технического ресурса Университета.

В соответствии с видами профессиональной деятельности, установленными настоящим пунктом, организация сформировала программу магистратуры, ориентированную на информационно-аналитический/организационно-управленческий виды профессиональной деятельности как основные.

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**:

организационно-управленческая деятельность:

- участие в разработке и реализации корпоративной продуктовой и конкурентной стратегии организации, а также деталей функциональной маркетинговой стратегии
- участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии с маркетинговой стратегией организации;
- планирование деятельности организации и подразделений;

- организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных маркетинговых проектов, видов деятельности, работ;
- разработка и реализация маркетинговых проектов, направленных на развитие деятельности организации;

Информационно-аналитическая деятельность:

- - сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
 - - построение внутренней информационной системы организации для сбора маркетинговой информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
 - - создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;
 - - разработка системы внутреннего документооборота организации;
 - - оценка эффективности проектов в сфере современного маркетинга и продаж;
 - - подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;
 - - оценка эффективности управленческих решений в сфере маркетинга;
- научно-исследовательская:
- организация проведения научных исследований: определение заданий для групп и отдельных исполнителей, выбор инструментария исследований, анализ их результатов, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования;
 - разработка моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов;
 - выявление и формулирование актуальных научных проблем;
 - подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций;

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 Маркетолог	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	А/02.6	6

Код и наименование проф. стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
				комплекса маркетинга		
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	В/01.7	7	
			Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	В/02.7	7	
			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	
С	Управление маркетинговой деятельностью организации	8	Формирование маркетинговой стратегии организации	С/01.8	8	
			Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации	С/02.8	8	

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 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>
<p>УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p>УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; УК-3.2. Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели; УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата; УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; УК-3.5. Аргументирует свою точку зрения относительно использования идей других членов команды для достижения поставленной цели; 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</p>	<p>УК-4.1. Выбирает стиль делового общения, в зависимости от языка общения, цели и условий партнерства;</p>

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
иностранным(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия	<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>
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	<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, 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>
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	<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>

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	<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>

8.2. 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</p>	<p>ОПК-2.1. Владеет современными техниками и методиками сбора данных, методами поиска, обработки, анализа и оценки информации для решения управленческих задач;</p>

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	<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>
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>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>
ОПК-4. Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	<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> <p>ОПК-4.3. Выявляет и оценивает новые рыночные возможности развития инновационных направлений деятельности компании;</p> <p>ОПК-4.4. Разрабатывает на основе использования современных методов позиционирования бизнеса стратегии развития компаний и соответствующие им бизнес-модели.</p>
ОПК-5. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские	<p>ОПК-5.1. Способен разработать план научного исследования в области менеджмента на основе оценки и обобщения результатов научных трудов отечественных и зарубежных ученых;</p> <p>ОПК-5.2. Использует современные методы, технологии и инструменты сбора информации, ее обработки и критической оценки результатов научных исследований в менеджменте;</p>

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
проекты	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

8.3. 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
ПКО-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям	ПКО-1.1. Знает цели, этапы и процедуры проведения маркетинговых исследований ПКО-1.2. Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность ПКО-1.3 Умеет оценивать экономическую и социальную эффективность маркетинговых исследований ПКО-1.4. Знает принципы интерпретации полученных результатов научных исследований в профессиональной деятельности	08.035 Маркетолог
ПКО-2 Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими	ПКО-2.1 Знает, как осуществляется выбор инноваций в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) ПКО-2.2 Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность ПКО-2.3 Умеет проводить анализ и оценку их экономической эффективности	08.035 Маркетолог

Код и наименование ПКО	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
	<p>инновационных продуктов ПКО-2.4 Владеет методами разработки и оценки эффективности инновационных торгово-технологических, или маркетинговых, или логистических, или рекламных технологий</p>	
<p>ПКО-3 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования</p>	<p>ПКО-3.1 Знает основные стратегические и тактические аспекты установления цен в канале товародвижения ПКО-3.2 Знает особенности ценообразования на материальный и нематериальный товар ПКО-3.3 Умеет разработать стратегию ценообразования с учетом рыночных факторов ПКО-3.4 Владеет инструментами инструментами оценки ценности товарного предложения (соответствия цены ожиданиям рынка)</p>	<p>08.035 Маркетолог</p>
<p>ПКО-4 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики</p>	<p>ПКО-4.1 Знает составляющие системы товародвижения на рынке, их сущность, условия, особенности организации, функционирования и пути минимизации издержек ПКО-4.2 Умеет управлять процессами поставки и товародвижения на отраслевых рынках ПКО-4.3 Владеет навыками моделирования и проектирования деятельности предприятия ПКО-4.4 Знает основные каналы распределения и продвижения товаров</p>	<p>08.035 Маркетолог</p>
<p>ПКО-5 Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций предприятия</p>	<p>ПКО-5.1 Знает основные форматы маркетинговых коммуникаций ПКО-5.2 Знает специфику работы с разными инструментами продвижения ПКО-5.3 Умеет ориентироваться в современных методах продвижения ПКО-5.4 Умеет вырабатывать стратегические маркетинговые решения в области рекламы ПКО-5.5 Умеет составить план рекламной кампании</p>	<p>08.035 Маркетолог</p>

Код и наименование ПКО	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
	ПКО-5.6 Владеет навыками оценки эффективности стратегии продвижения	
ПКО-6 Способен управлять маркетинговой деятельностью компании	ПКО-6.1 Знает основы сбыта ПКО-6.2 Умеет применять методы оценки эффективности решений в области маркетинга ПКО-6.3 Владеет аналитическими, системными и коммуникационными навыками для ведения успешной маркетинговой деятельности ПКО-6.4 Владеет навыками креативного подхода к проблемам разработки и реализации маркетинговых стратегий компании	08.035 Маркетолог
ПКО-7 Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности компании	ПКО-7.1 Знает этапы стратегического маркетингового планирования ПКО-7.2 Знает критерии определения ключевых показателей, используемых при планировании маркетинговой деятельности предприятия ПКО-7.3 Умеет формировать планы маркетинга ПКО-7.4 Умеет разрабатывать основные бизнес-процессы предприятия, связанные с маркетинговой деятельностью ПКО-7.5 Владеет методами разработки и реализации маркетинговых программ ПКО-7.6 Владеет методами принятия тактических и оперативных решений в управлении маркетинговой деятельностью предприятия	08.035 Маркетолог

9. МАТРИЦА КОМПЕТЕНЦИЙ, формируемых у обучающихся при освоении ОП ВО «Менеджмент », по направлению подготовки «Современный маркетинг и управление продажами»

Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	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, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах) для	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
Блок 1. Дисциплины (модули)	Обязательная часть							
Б1.0.01	Базовая компонента							
Б1.0.01.01	Методология исследования проблем управления	УК-1.1						УК-7.1

Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	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	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
		УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5						УК-7.2
Б1.О.01.02	Управленческая экономика	УК-1.1. УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5						
Б1.О.01.03	Теория организации управления	УК-1.1. УК-1.2 УК-1.3		УК-3.1. УК-3.2. УК-3.3				

Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	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	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
		УК-1.4 УК-1.5		УК-3.4. УК-3.5. УК-3.6				
Б1.О.01.04	Профессиональный иностранный язык				УК-4.1. УК-4.2 УК-4.3 УК-4.5 УК-4.5 УК-4.6	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4 УК-5.5 УК-5.6		

Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	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 международного и локального 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
Б1.0.01.05	Современный стратегический анализ	УК-1.1. УК-1.2. УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5						
Б1.0.02	Вариативная компонента							
Б1.0.02.01	Анализ конкурентной среды компании	УК-1.1.						
Б1.0.02.02	Экономическая теория на современном этапе	УК-1.5						
Б1.0.02.03	Маркетинговые метрики							УК-7.1

Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	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 взаимодействия и 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
Б1.О.02.04	Маркетинговые исследования	УК-1.1. УК-1.2						УК-7.2
Б1.О.02.05	Управление продажами							
Б1.О.02.06	Маркетинговое планирование		УК-2.4				УК-6.1 УК-6.4	УК-7.1
Б1.О.02.07	Управление маркетингом		УК-2.1 УК-2.5	УК-3.1 УК-3.3.				
Б1.О.02.08	Интегрированные маркетинговые коммуникации				УК-4.2			
Б1.О.02.09	Ценообразование				УК-4.1			

Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	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, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах) для	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
Б1.О.02.10	Поведение потребителей					УК-5.3		
Б1.О.02.11	Интернет-Маркетинг							
Часть, формируемая участниками образовательных отношений								
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору							

Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	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, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах) для международного и локального 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
Б1.В.ДВ.01.01	Торговый маркетинг	УК-1.1						
Б1.В.ДВ.01.02	Бенчмаркинг и конкурентная разведка	УК-1.1						
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору							
Б1.В.ДВ.02.01	Событийный маркетинг	УК-1.5						
Б1.В.ДВ.02.02	Категорийный маркетинг	УК-1.5						
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору							

Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	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 взаимодействия и сотрудничества.	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
Б1.В.ДВ.03.01	Управление маркетинговыми проектами		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-6.2 УК-6.3	
Б1.В.ДВ.03.02	Основы электронной коммерции		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				

Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	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, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах) для международного и транснационального 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
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины по выбору			УК-3.6				
Б1.В.ДВ.04.01	Международный маркетинг		УК-2.2		УК-4.3			
Б1.В.ДВ.04.02	B2B маркетинг		УК-2.2		УК-4.3			
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины по выбору							
Б1.В.ДВ.05.01	Маркетинг услуг	УК-1.5	УК-2.2					
Б1.В.ДВ.05.02	Маркетинг оптово-розничной торговли	УК-1.5	УК-2.2					

Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	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	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
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины по выбору							
Б1.В.ДВ.06.01	Социально-этический маркетинг	УК-1.4			УК-4.1 УК-4.2	УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4 УК-5.5 УК-5.6		
Б1.В.ДВ.06.02	Кросскультурный маркетинг	УК-1.4			УК-4.1 УК-4.2	УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4 УК-5.5		

Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	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	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
Блок 2. Практика						УК-5.6		
Обязательная часть	Научно-исследовательская работа						УК-6.1 УК-6.2	УК-7.1 УК-7.2

Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	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 взаимодействия и 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
						УК-6.3 УК-6.4		
	Преддипломная практика	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-4.5 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
Блок 3.	Подготовка и сдача государственного экзамена Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	УК-1.1. УК-1.2. УК-1.3 УК-1.4	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4	УК-4.1. УК-4.2 УК-4.3 УК-4.5	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4	УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-6.4	УК-7.1 УК-7.2

Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся
УК-1.5	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий.
УК-2.5	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.
УК-3.5 УК-3.6	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели.
УК-4.5 УК-4.6	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах) для
УК-5.5 УК-5.6	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

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен применять знания (на продвинутом уровне) фундаментальной экономической науки при решении практических и/или исследовательских задач.	ОПК-2. Способен применять продвинутые инструментальные методы экономического анализа в прикладных и/или фундаментальных исследованиях.	ОПК-3. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в экономике.	ОПК-4. Способен принимать экономически и финансово обоснованные организационно - управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность	ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.	
Блок 1.Дисциплины (модули)	Обязательная часть						
Б1.О.01	Базовая компонента						
Б1.О.01.01	Методология исследования проблем управления		ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3				
Б1.О.01.02	Управленческая экономика	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3					ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен применять знания (на продвинутом уровне) фундаментальной экономической науки при решении практических и/или исследовательских задач.	ОПК-2. Способен применять продвинутые инструментальные методы экономического анализа в прикладных и/или фундаментальных исследованиях.	ОПК-3. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в экономике.	ОПК-4. Способен принимать экономически и финансово обоснованные организационно - управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность	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					
Б1.0.01.03	Теория организации управления	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-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-5.4	
Б1.0.01.04	Профессиональный иностранный язык						
Б1.0.01.05	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			
Б1.0.02	Вариативная компонента						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен применять знания (на продвинутом уровне) фундаментальной экономической науки при решении практических и/или исследовательских задач.	ОПК-2. Способен применять продвинутые инструментальные методы экономического анализа в прикладных и/или фундаментальных исследованиях.	ОПК-3. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в экономике.	ОПК-4. Способен принимать экономически и финансово обоснованные организационно - управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность	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
Б1.0.02.01	Анализ конкурентной среды компании		ОПК-2.1			ОПК-5.1 ОПК-5.2	
Б1.0.02.02	Экономическая теория на современном этапе						
Б1.0.02.03	Маркетинговые метрики		ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3				ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
Б1.0.02.04	Маркетинговые исследования		ОПК-2.1 ОПК-2.3			ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-5.4	
Б1.0.02.05	Управление продажами				ОПК-4.1 ОПК-4.3		
Б1.0.02.06	Маркетинговое планирование	ОПК-1.1		ОПК-3.1	ОПК-4.1		

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен применять знания (на продвинутом уровне) фундаментальной экономической науки при решении практических и/или исследовательских задач.	ОПК-2. Способен применять продвинутые инструментальные методы экономического анализа в прикладных и/или фундаментальных исследованиях.	ОПК-3. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в экономике.	ОПК-4. Способен принимать экономически и финансово обоснованные организационно - управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность	ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.	
		ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4		ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4	ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-4.4		
Б1.О.02.07	Управление маркетингом			ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.4	ОПК-4.1 ОПК-4.2		
Б1.О.02.08	Интегрированные маркетинговые коммуникации						
Б1.О.02.09	Ценообразование				ОПК-4.3		
Б1.О.02.10	Поведение потребителей						
Б1.О.02.11	Интернет-Маркетинг		ОПК-2.3	ОПК-3.1			ОПК-6.1

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					ОПК-6.2
		ОПК-1. Способен применять знания (на продвинутом уровне) фундаментальной экономической науки при решении практических и/или исследовательских задач.	ОПК-2. Способен применять продвинутые инструментальные методы экономического анализа в прикладных и/или фундаментальных исследованиях.	ОПК-3. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в экономике.	ОПК-4. Способен принимать экономически и финансово обоснованные организационно - управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность	ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору						
Б1.В.ДВ.01.01	Торговый маркетинг	ОПК-1.4					
Б1.В.ДВ.01.02	Бенчмаркинг и конкурентная разведка	ОПК-1.4					
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен применять знания (на продвинутом уровне) фундаментальной экономической науки при решении практических и/или исследовательских задач.	ОПК-2. Способен применять продвинутые инструментальные методы экономического анализа в прикладных и/или фундаментальных исследованиях.	ОПК-3. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в экономике.	ОПК-4. Способен принимать экономически и финансово обоснованные организационно - управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность	ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.	
Б1.В.ДВ.02.01	Событийный маркетинг	ОПК-1.4			ОПК-4.4		
Б1.В.ДВ.02.02	Категорийный маркетинг	ОПК-1.4			ОПК-4.4		
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору						
Б1.В.ДВ.03.01	Управление маркетинговыми проектами				ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-4.4		
Б1.В.ДВ.03.02	Основы электронной коммерции				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 знания (на продвинутом уровне) фундаментальной экономической науки при решении практических и/или исследовательских задач.	ОПК-2. Способен применять продвинутые инструментальные методы экономического анализа в прикладных и/или фундаментальных исследованиях.	ОПК-3. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в экономике.	ОПК-4. Способен принимать экономически и финансово обоснованные организационно - управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность	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 по выбору						
Б1.В.ДВ.04.01	Международный маркетинг	ОПК-1.1	ОПК-2.1		ОПК-4.2 ОПК-4.3		
Б1.В.ДВ.04.02	B2B маркетинг	ОПК-1.1	ОПК-2.1		ОПК-4.2 ОПК-4.3		
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины по выбору						
Б1.В.ДВ.05.01	Маркетинг услуг	ОПК-1.3			ОПК-4.4		
Б1.В.ДВ.05.02	Маркетинг оптово-розничной торговли	ОПК-1.3			ОПК-4.4		
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины по выбору						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен применять знания (на продвинутом уровне) фундаментальной экономической науки при решении практических и/или исследовательских задач.	ОПК-2. Способен применять продвинутые инструментальные методы экономического анализа в прикладных и/или фундаментальных исследованиях.	ОПК-3. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в экономике.	ОПК-4. Способен принимать экономически и финансово обоснованные организационно - управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность	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.06.01	Социально-этический маркетинг	ОПК-1.2	ОПК-2.2	ОПК-3.1			
Б1.В.ДВ.06.02	Кросскультурный маркетинг	ОПК-1.2	ОПК-2.2	ОПК-3.1			
Блок 2.Практика							
Обязательная часть							
	Научно-исследовательская работа	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-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-5.4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен применять знания (на продвинутом уровне) фундаментальной экономической науки при решении практических и/или исследовательских задач.	ОПК-2. Способен применять продвинутые инструментальные методы экономического анализа в прикладных и/или фундаментальных исследованиях.	ОПК-3. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в экономике.	ОПК-4. Способен принимать экономически и финансово обоснованные организационно - управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность	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
	Преддипломная практика	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-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
Блок 3.	Подготовка и сдача государственного экзамена Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	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-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

Профессиональные компетенции

	Профессиональные компетенции							
Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПКО-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним	ПКО-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими	ПКО-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования	ПКО-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и	ПКО-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций предприятия	ПКО-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью компании	ПКО-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности компании
Блок 1. Дисциплины (модули)	Обязательная часть							
Б1.О.01	Базовая компонента							
Б1.О.01.01	Методология исследования проблем управления							
Б1.О.01.02	Управленческая экономика							

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПКО-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним	ПКО-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими	ПКО-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования	ПКО-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и	ПКО-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций предприятия	ПКО-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью компании	ПКО-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности компании
Б1.О.01.03	Теория организации управления							
Б1.О.01.04	Профессиональный иностранный язык							
Б1.О.01.05	Современный стратегический анализ							
Б1.О.02	Вариативная компонента							
Б1.О.02.01	Анализ конкурентной среды компании	ПКО-1.1.						
Б1.О.02.02	Экономическая теория на современном этапе							

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПКО-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним	ПКО-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими	ПКО-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования	ПКО-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и	ПКО-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций предприятия	ПКО-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью компании	ПКО-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности компании
Б1.О.02.03	Маркетинговые метрики	ПКО-1.1 ПКО-1.2 ПКО-1.3 ПКО-1.4						
Б1.О.02.04	Маркетинговые исследования	ПКО-1.1 ПКО-1.2 ПКО-1.3 ПКО-1.4						
Б1.О.02.05	Управление продажами		ПКО-2.1		ПКО-4.1	ПКО-5.3	ПКО-6.1	

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПКО-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним	ПКО-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими	ПКО-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования	ПКО-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и	ПКО-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций предприятия	ПКО-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью компании	ПКО-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности компании
					ПКО-4.2 ПКО-4.3 ПКО-4.4			
Б1.О.02.06	Маркетинговое планирование					ПКО-5.5	ПКО-6.4	ПКО-7.1 ПКО-7.2 ПКО-7.3 ПКО-7.4 ПКО-7.5 ПКО-7.6

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПКО-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним	ПКО-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими	ПКО-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования	ПКО-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и	ПКО-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций предприятия	ПКО-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью компании	ПКО-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности компании
Б1.О.02.07	Управление маркетингом		ПКО-2.1 ПКО-2.2 ПКО-2.3 ПКО-2.4				ПКО-6.2 ПКО-6.4	ПКО-7.1 ПКО-7.2 ПКО-7.3 ПКО-7.4 ПКО-7.5 ПКО-7.6
Б1.О.02.08	Интегрированные маркетинговые коммуникации					ПКО-5.1 ПКО-5.2 ПКО-5.3 ПКО-5.4 ПКО-5.5 ПКО-5.6		

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПКО-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним	ПКО-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими	ПКО-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования	ПКО-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и	ПКО-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций предприятия	ПКО-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью компании	ПКО-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности компании
Б1.О.02.09	Ценообразование			ПКО-3.1 ПКО-3.2 ПКО-3.3 ПКО-3.4				
Б1.О.02.10	Поведение потребителей	ПКО-1.4				ПКО-5.1		
Б1.О.02.11	Интернет-Маркетинг	ПКО-1.2	ПКО-2.2.					
Часть, формируемая участниками образовательных								

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПКО-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним	ПКО-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими	ПКО-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования	ПКО-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и	ПКО-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций предприятия	ПКО-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью компании	ПКО-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности компании
отношений								
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору							
Б1.В.ДВ.01.01	Торговый маркетинг	ПКО-1.1			ПКО-4.1 ПКО-4.2	ПКО-5.1 ПКО-5.3	ПКО-6.1 ПКО-6.2	
Б1.В.ДВ.01.02	Бенчмаркинг и конкурентная разведка	ПКО-1.1			ПКО-4.1	ПКО-5.1 ПКО-5.3	ПКО-6.1 ПКО-6.2	

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПКО-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним	ПКО-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими	ПКО-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования	ПКО-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и	ПКО-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций предприятия	ПКО-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью компании	ПКО-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности компании
					ПКО-4.2			
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору							
Б1.В.ДВ.02.01	Событийный маркетинг					ПКО-5.1 ПКО-5.2		
Б1.В.ДВ.02.02	Категорийный маркетинг					ПКО-5.1 ПКО-5.2		
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору							
Б1.В.ДВ.03.01	Управление маркетинговыми проектами						ПКО-6.2	ПКО-7.5 ПКО-7,6

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПКО-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним	ПКО-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими	ПКО-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования	ПКО-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и	ПКО-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций предприятия	ПКО-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью компании	ПКО-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности компании
Б1.В.ДВ.03.02	Основы электронной коммерции						ПКО-6.2	ПКО-7.5 ПКО-7,6
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины по выбору							
Б1.В.ДВ.04.01	Международный маркетинг	ПКО-1.4			ПКО-4.2 ПКО-4.4		ПКО-6.4	
Б1.В.ДВ.04.02	B2B маркетинг	ПКО-1.4			ПКО-4.2 ПКО-4.4		ПКО-6.4	

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПКО-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним	ПКО-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими	ПКО-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования	ПКО-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и	ПКО-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций предприятия	ПКО-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью компании	ПКО-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности компании
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины по выбору							
Б1.В.ДВ.05.01	Маркетинг услуг				ПКО-4.4		ПКО-6.2 ПКО-6.3	
Б1.В.ДВ.05.02	Маркетинг оптово-розничной торговли				ПКО-4.4		ПКО-6.2 ПКО-6.3	
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины по выбору							
Б1.В.ДВ.06.01	Социально-этический маркетинг			ПКО-3.2	ПКО-4.4	ПКО-5.3	ПКО-6.2 ПКО-6.3	
Б1.В.ДВ.06.02	Кросскультурный маркетинг			ПКО-3.2	ПКО-4.4	ПКО-5.3	ПКО-6.2 ПКО-6.3	

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПКО-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним	ПКО-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими	ПКО-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования	ПКО-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и	ПКО-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций предприятия	ПКО-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью компании	ПКО-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности компании
Блок 2.Практика								
Обязательная часть	Научно-исследовательская работа	ПКО-1.1 ПКО-1.2 ПКО-1.3 ПКО-1.4	ПКО-2.2. ПКО-2.3					

Профессиональные компетенции

	Профессиональные компетенции							
Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПКО-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним	ПКО-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими	ПКО-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования	ПКО-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и	ПКО-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций предприятия	ПКО-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью компании	ПКО-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности компании
	Преддипломная практика	ПКО-1.1 ПКО-1.2 ПКО-1.3 ПКО-1.4	ПКО-2.1. ПКО-2.2. ПКО-2.3 ПКО-2.4	ПКО-3.1 ПКО-3.2 ПКО-3.3 ПКО-3.4	ПКО-4.1 ПКО-4.2 ПКО-4.3 ПКО-4.4	ПКО-5.1 ПКО-5.2 ПКО-5.3 ПКО-5.4 ПКО-5.5 ПКО-5.6	ПКО-6.1 ПКО-6.2 ПКО-6.3 ПКО-6.4	ПКО-7.1 ПКО-7.2 ПКО-7.3 ПКО-7.4 ПКО-7.5 ПКО-7.6
Блок 3.	Подготовка и сдача государственного экзамена Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	ПКО-1.1 ПКО-1.2 ПКО-1.3 ПКО-1.4	ПКО-2.1. ПКО-2.2. ПКО-2.3 ПКО-2.4	ПКО-3.1 ПКО-3.2 ПКО-3.3 ПКО-3.4	ПКО-4.1 ПКО-4.2	ПКО-5.1 ПКО-5.2 ПКО-5.3 ПКО-5.4	ПКО-6.1 ПКО-6.2 ПКО-6.3 ПКО-6.4	ПКО-7.1 ПКО-7.2 ПКО-7.3 ПКО-7.4

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся		
		ПКО-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним	
		ПКО-2	Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими
		ПКО-3	Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования
		ПКО-4	Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и
		ПКО-5	Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций предприятия
		ПКО-6	Способен управлять маркетинговой деятельностью компании
		ПКО-7	Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности компании
		ПКО-4.3 ПКО-4.4	ПКО-5.5 ПКО-5.6
		ПКО-7.5 ПКО-7.6	