

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.06.2025 15:41:26
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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):

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 года

-

(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

Андропова И.В.

(подпись)

«__» _____ 2024 г.

(подпись)

«__» _____ 2024г.

(подпись)

«__» _____ 2024 г.

2024

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 имени Патриса Лумумбы 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 управление 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 управления 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, Яндекс Телемост).

6.2. Язык реализации ОП ВО – русский.

6.3. Программа может быть 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, Аквасток, ОККАМ, ITE

* - 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	A/01.6	6
				Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	A/02.6	6
	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	V/01.7	7
				Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	V/02.7	7
				Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	V/03.7	7
				Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	V/04.7	7
	С	Управление маркетинговой	8	Формирование маркетинговой	C/01.8	8

Код и наименование проф. стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
		деятельностью организации		стратегии организации		
			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
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	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.
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	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.
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели	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.
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1. Выбирает стиль делового общения, в зависимости от языка общения, цели и условий партнерства; УК-4.2. Адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия; УК-4.3. Осуществляет поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач на русском и иностранном языках;

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	<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> <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>
УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.	<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
ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории,	<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>

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	<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>
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>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>
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 проекты	<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> <p>ОПК-5.3. Обладает навыками обобщения и формулирования выводов, разработки рекомендаций по результатам научного исследования в области менеджмента;</p> <p>ОПК-5.4. Участвует в реализации научно-исследовательских проектов в области менеджмента и смежных отраслей.</p>

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
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
ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-1.1. Знает цели, этапы и процедуры проведения маркетинговых исследований ПК-1.2. Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность ПК-1.3. Умеет оценивать экономическую и социальную эффективность маркетинговых исследований ПК-1.4. Знает принципы интерпретации полученных результатов научных исследований в профессиональной деятельности	08.035 Маркетолог
ПК-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-2.1. Знает, как осуществляется выбор инноваций в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) ПК-2.2. Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность ПК-2.3. Умеет проводить анализ и оценку их экономической эффективности инновационных продуктов ПК-2.4. Владеет методами разработки и оценки эффективности инновационных торгово-технологических, или маркетинговых, или логистических, или рекламных технологий	08.035 Маркетолог
ПК-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-3.1. Знает основные стратегические и тактические аспекты установления цен в канале товародвижения на международных рынках ПК-3.2. Знает особенности ценообразования на материальный и нематериальный товар на международных рынках ПК-3.3. Умеет разработать стратегию ценообразования с учетом рыночных факторов на международных рынках ПК-3.4. Владеет инструментами оценки ценности товарного предложения (соответствия цены ожиданиям рынка)	08.035 Маркетолог
ПК-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы	ПК-4.1. Знает составляющие системы товародвижения на рынке, их сущность, условия, особенности организации,	08.035 Маркетолог

Код и наименование ПКО	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	<p>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 рынках товаров и услуг</p> <p>ПК-4.5. Знает основные каналы распределения и продвижения товаров в маркетинге</p>	
ПК-5 Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	<p>ПК-5.1 Знает основные форматы маркетинговых коммуникаций на рынке</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</p> <p>ПК-5.4 Умеет выработать 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</p>	08.035 Маркетолог
ПК-6 Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	<p>ПК-6.1 Знает специфику работы с разными инструментами маркетинга</p> <p>ПК-6.2 Знает основы сбыта, маркетинговой коммуникации</p> <p>ПК-6.3 Умеет применять методы оценки эффективности решений в области маркетинга</p> <p>ПК-6.4 Умеет анализировать действие компаний-партнеров</p> <p>ПК-6.5 Владеет аналитическими, системными и коммуникационными навыками для ведения успешной деятельности в условиях быстро меняющейся маркетинговой среды</p> <p>ПК-6.6. Владеет навыками креативного подхода к проблемам разработки и реализации маркетинговых стратегий компании</p>	08.035 Маркетолог
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>	08.035 Маркетолог

Код и наименование ПКО	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
	ПК-7.6 Владеет методами принятия тактических и оперативных решений в управлении маркетинговой деятельностью предприятия	

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 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.
Б1.О.01	Базовая компонента							
Б1.О.01.01	Управленческая экономика	УК-1.1 УК-1.2. УК-1.3 УК-1.4. УК-1.5.						
Б1.О.01.02	Методология исследования проблем управления	УК-1.1 УК-1.2. УК-1.3 УК-1.4. УК-1.5.						

Универсальные компетенции								
Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.
Б1.О.01.03	Корпоративное управление	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-6.1. УК-6.2 УК-6.3. УК-6.4	
Б1.О.01.04	Глобальный стратегический менеджмент	УК-1.1 УК-1.2. УК-1.3 УК-1.4. УК-1.5.						

Универсальные компетенции								
Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.
Б1.О.01.05	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.02	Вариативная компонента							
Б1.О.02.01	Анализ конкурентной среды компании	УК-1.1 УК-1.2. УК-1.3					УК-6.1. УК-6.2 УК-6.3	УК-7.1. УК-7.2.

Универсальные компетенции								
Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.
		УК-1.4. УК-1.5.					УК-6.4	
Б1.О.02.02	Экономическая теория на современном этапе	УК-1.1 УК-1.2. УК-1.3 УК-1.4. УК-1.5.						
Б1.О.02.03	Управление сбытовой деятельностью предприятия		УК-2.1. УК-2.2. УК-2.3. УК-2.4.	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3				

Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.
			УК-2.5.	УК-3.4. УК-3.5.				
Б1.О.02.04	Ценообразование	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.02.05	Стратегическое и оперативное маркетинговое планирование				УК-4.1. УК-4.2. УК-4.3. УК-4.4. УК-4.5.	УК-5.1. УК-5.2. УК-5.3. УК-5.4. УК-5.5.		

Универсальные компетенции

	Универсальные компетенции							
Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.
Б1.О.02.06	Изучение потребителя и таргетинг в соцсетях			УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 УК-3.5.	УК-4.6	УК-5.6 УК-5.1. УК-5.2. УК-5.3. УК-5.4. УК-5.5. УК-5.6		
Б1.О.02.07	Коммерческая деятельность предприятия	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-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.

Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.
Б1.О.02.08	Управление результативностью маркетинга	УК-1.1 УК-1.2. УК-1.3 УК-1.4. УК-1.5.						УК-7.1. УК-7.2.
Б1.О.02.09	Цифровой маркетинг						УК-6.1. УК-6.2 УК-6.3 УК-6.4	
Б1.О.02.10	Маркетинговый аудит							

		Универсальные компетенции						
Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.
Б1.О.02.11	Интегрированные маркетинговые коммуникации		УК-2.1. УК-2.2. УК-2.3. УК-2.4. УК-2.5.			УК-5.1. УК-5.2. УК-5.3. УК-5.4. УК-5.5. УК-5.6		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений								
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)							
Б1.В.ДВ.01.01	Маркетинг розничной торговли					УК-5.1. УК-5.2.		УК-7.1. УК-7.2.

Универсальные компетенции								
Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.
						УК-5.3. УК-5.4. УК-5.5. УК-5.6		
Б1.В.ДВ.01.02	Современные технологии продаж					УК-5.1. УК-5.2. УК-5.3. УК-5.4. УК-5.5. УК-5.6	УК-7.1. УК-7.2.	
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)							

		Универсальные компетенции						
Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.
Б1.В.ДВ.02.01	Управление маркетингом	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-5.1. УК-5.2. УК-5.3. УК-5.4. УК-5.5. УК-5.6		УК-7.1. УК-7.2.
Б1.В.ДВ.02.02	Основы электронной коммерции	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-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. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)							
Б1.В.ДВ.03.01	Маркетинг в сфере услуг	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		
Б1.В.ДВ.03.02	Инновационное предпринимательство	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-7.1. УК-7.2.

Универсальные компетенции								
Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способности ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)							
Б1.В.ДВ.04.01	Социально-этический маркетинг	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	
Б1.В.ДВ.04.02	Кросскультурный маркетинг				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		

Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)							
Б1.В.ДВ.05.01	Управление клиентской лояльностью		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-4.1. УК-4.2. УК-4.3. УК-4.4. УК-4.5 УК-4.6.			
Б1.В.ДВ.05.02	Категорийный маркетинг	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-7.1. УК-7.2.

Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины (модули) по выбору 6 (ДВ.6)							
Б1.В.ДВ.06.01	Международные маркетинговые стратегии	УК-1.1 УК-1.2. УК-1.3 УК-1.4. УК-1.5.				УК-5.1. УК-5.2. УК-5.3. УК-5.4. УК-5.5. УК-5.6		УК-7.1. УК-7.2.
Б1.В.ДВ.06.02	Продуктовый маркетинг	УК-1.1 УК-1.2. УК-1.3 УК-1.4. УК-1.5.						УК-7.1. УК-7.2.

		Универсальные компетенции						
Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.
Блок 2.Практика Часть, формируемая участниками образовательных отношений								
Б2.В.01(Н)	НИРМ	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-6.1. УК-6.2 УК-6.3 УК-6.4	УК-7.1. УК-7.2.
Б2.В.02(Пд)	Преддипломная практика	УК-1.1 УК-1.2. УК-1.3	УК-2.1. УК-2.2. УК-2.3.					

		Универсальные компетенции						
Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.
		УК-1.4. УК-1.5.	УК-2.4. УК-2.5.					
Блок 3. Государственная итоговая аттестация								
Б3.01(Г)	Подготовка и сдача государственного экзамена	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-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.

		Универсальные компетенции						
Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.
Б3.02(Д)	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	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-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.
ФТД.Факультативные дисциплины								
ФТД.01	История религий России					УК-5.1. УК-5.2. УК-5.3. УК-5.4. УК-5.5.		

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		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	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	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-функциональной) среды	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	ОПК-5. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	ОПК-6. Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность
Б1.О.01	Базовая компонента						
Б1.О.01.01	Управленческая экономика	ОПК-1.1. ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4.					
Б1.О.01.02	Методология исследования проблем управления					ОПК-5.1. ОПК-5.2. ОПК-5.3. ОПК-5.4.	
Б1.О.01.03	Корпоративное управление	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.01.04	Глобальный стратегический менеджмент	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.		
Б1.О.01.05	Профессиональный иностранный язык						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		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	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	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-функциональной) среды	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	ОПК-5. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	
Б1.О.02	Вариативная компонента						
Б1.О.02.01	Анализ конкурентной среды компании	ОПК-1.1. ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4.	ОПК-2.1. ОПК-2.2. ОПК-2.3.			ОПК-5.1. ОПК-5.2. ОПК-5.3. ОПК-5.4.	ОПК-6.1. ОПК-6.2. ОПК-6.3.
Б1.О.02.02	Экономическая теория на современном этапе	ОПК-1.1. ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4.				ОПК-5.1. ОПК-5.2. ОПК-5.3. ОПК-5.4.	
Б1.О.02.03	Управление сбытовой деятельностью предприятия	ОПК-1.1. ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4.			ОПК-4.1. ОПК-4.2. ОПК-4.3. ОПК-4.4.		
Б1.О.02.04	Ценообразование	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.

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		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	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	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-функциональной) среды	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	ОПК-5. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	ОПК-6. Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность
Б1.О.02.05	Стратегическое и оперативное маркетинговое планирование			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	Изучение потребителя и таргетинг в соцсетях						
Б1.О.02.07	Коммерческая деятельность предприятия	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.		
Б1.О.02.08	Управление результативностью маркетинга		ОПК-2.1. ОПК-2.2. ОПК-2.3.			ОПК-5.1. ОПК-5.2. ОПК-5.3. ОПК-5.4.	ОПК-6.1. ОПК-6.2. ОПК-6.3.
Б1.О.02.09	Цифровой маркетинг						ОПК-6.1. ОПК-6.2. ОПК-6.3.
Б1.О.02.10	Маркетинговый аудит		ОПК-2.1.			ОПК-5.1.	

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		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	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	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-функциональной) среды	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	ОПК-5. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	ОПК-6. Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность
			ОПК-2.2. ОПК-2.3.			ОПК-5.2. ОПК-5.3. ОПК-5.4.	
Б1.О.02.11	Интегрированные маркетинговые коммуникации			ОПК-3.1. ОПК-3.2. ОПК-3.3. ОПК-3.4.			
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)						
Б1.В.ДВ.01.01	Маркетинг розничной торговли						
Б1.В.ДВ.01.02	Современные технологии продаж						
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)						
Б1.В.ДВ.02.01	Управление маркетингом						
Б1.В.ДВ.02.02	Основы электронной коммерции						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		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	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	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-функциональной) среды	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	ОПК-5. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	ОПК-6. Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)						
Б1.В.ДВ.03.01	Маркетинг в сфере услуг						
Б1.В.ДВ.03.02	Инновационное предпринимательство						
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)						
Б1.В.ДВ.04.01	Социально-этический маркетинг						
Б1.В.ДВ.04.02	Кросскультурный маркетинг						
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)						
Б1.В.ДВ.05.01	Управление клиентской лояльностью						
Б1.В.ДВ.05.02	Категорийный маркетинг						
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины (модули) по выбору 6 (ДВ.6)						
Б1.В.ДВ.06.01	Международные маркетинговые стратегии						
Б1.В.ДВ.06.02	Продуктовый маркетинг						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		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	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	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-функциональной) среды	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	ОПК-5. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	
Блок 2.Практика							
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							
Б2.В.01(Н)	НИРМ	ОПК-1.1. ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4.	ОПК-2.1. ОПК-2.2. ОПК-2.3.			ОПК-5.1. ОПК-5.2. ОПК-5.3. ОПК-5.4.	ОПК-6.1. ОПК-6.2. ОПК-6.3.
Б2.В.02(Пд)	Преддипломная практика		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.
Блок 3.Государственная итоговая аттестация							
Б3.01(Г)	Подготовка и сдача государственного экзамена	ОПК-1.1. ОПК-1.2 ОПК-1.3	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-5.1. ОПК-5.2. ОПК-5.3.	ОПК-6.1. ОПК-6.2. ОПК-6.3.

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		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	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	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-функциональной) среды	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	ОПК-5. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	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-4.4.	ОПК-5.4.	
Б3.02(Д)	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-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.
ФТД.Факультативные дисциплины							
ФТД.01	История религий России						
ФТД.02	Информационные базы данных						

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последнего мирового тенденциям	ПК-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и материальных 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 усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
Б1.О.01	Базовая компонента							
Б1.О.01.01	Управленческая экономика							
Б1.О.01.02	Методология исследования проблем управления							
Б1.О.01.03	Корпоративное управление							
Б1.О.01.04	Глобальный стратегический менеджмент							
Б1.О.01.05	Профессиональный иностранный язык							
Б1.О.02	Вариативная компонента							
Б1.О.02.01	Анализ конкурентной среды компании	ПК-1.1. ПК-1.2. ПК-1.3.						

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последнего мирового 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 усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
Б1.О.02.02	Экономическая теория на современном этапе	ПК-1.4.						
Б1.О.02.03	Управление сбытовой деятельностью предприятия				ПК-4.1. ПК-4.2. ПК-4.3. ПК-4.4. ПК-4.5.			
Б1.О.02.04	Ценообразование			ПК-3.1. ПК-3.2. ПК-3.3 ПК-3.4.				
Б1.О.02.05	Стратегическое и оперативное маркетинговое планирование			ПК-3.1. ПК-3.2.				ПК-7.1. ПК-7.2

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последнего мирового тенденциям	ПК-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и материальных 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 усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
				ПК-3.3. ПК-3.4.				ПК-7.3. ПК-7.4. ПК-7.5. ПК-7.6.
Б1.О.02.06	Изучение потребителя и таргетинг в соцсетях		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.		
Б1.О.02.07	Коммерческая деятельность предприятия						ПК-6.1. ПК-6.2.	

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последнего мирового 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 усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
							ПК-6.3. ПК-6.4. ПК-6.5. ПК-6.6	
Б1.О.02.08	Управление результативностью маркетинга		ПК-2.1. ПК-2.2. ПК-2.3. ПК-2.4.					
Б1.О.02.09	Цифровой маркетинг		ПК-2.1. ПК-2.2. ПК-2.3. ПК-2.4.			ПК-5.1. ПК-5.2. ПК-5.3 ПК-5.4		

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последнего мирового тенденциям	ПК-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и материальных 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 усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
						ПК-5.5. ПК-5.6		
Б1.О.02.10	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.02.11	Интегрированные маркетинговые коммуникации					ПК-5.1. ПК-5.2. ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5.		

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последнего мирового 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 усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						ПК-5.6		
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)							
Б1.В.ДВ.01.01	Маркетинг розничной торговли		ПК-2.1. ПК-2.2. ПК-2.3. ПК-2.4.		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.

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последнего мирового тенденциям	ПК-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и материальных 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 усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
Б1.В.ДВ.01.02	Современные технологии продаж		ПК-2.1. ПК-2.2. ПК-2.3. ПК-2.4.		ПК-4.1. ПК-4.2. ПК-4.3. ПК-4.4. ПК-4.5.			ПК-7.6. ПК-7.1. ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4. ПК-7.5. ПК-7.6.
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)							
Б1.В.ДВ.02.01	Управление маркетингом							ПК-7.1. ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4. ПК-7.5.

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последнего мирового 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 усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
Б1.В.ДВ.02.02	Основы электронной коммерции							ПК-7.6. ПК-7.1. ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4. ПК-7.5. ПК-7.6.
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)							
Б1.В.ДВ.03.01	Маркетинг в сфере услуг		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.			

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последнего мировым тенденциям	ПК-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и материальных 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 усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
Б1.В.ДВ.03.02	Инновационное предпринимательство		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.			
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)							
Б1.В.ДВ.04.01	Социально-этический маркетинг						ПК-6.1. ПК-6.2. ПК-6.3. ПК-6.4. ПК-6.5. ПК-6.6	

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последнего мирового тенденциям	ПК-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и материальных 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 усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
Б1.В.ДВ.04.02	Кросскультурный маркетинг						ПК-6.1. ПК-6.2. ПК-6.3. ПК-6.4. ПК-6.5. ПК-6.6	
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)							
Б1.В.ДВ.05.01	Управление клиентской лояльностью					ПК-5.1. ПК-5.2. ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5.		

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последнего мирового 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 усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
Б1.В.ДВ.05.02	Категорийный маркетинг					ПК-5.6		
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины (модули) по выбору 6 (ДВ.6)							
Б1.В.ДВ.06.01	Международные маркетинговые стратегии						ПК-6.1. ПК-6.2. ПК-6.3. ПК-6.4. ПК-6.5. ПК-6.6	
Б1.В.ДВ.06.02	Продуктовый маркетинг						ПК-6.1. ПК-6.2. ПК-6.3.	

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последнего мирового 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 усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
							ПК-6.4. ПК-6.5. ПК-6.6	
Блок 2.Практика Часть, формируемая участниками образовательных отношений								
Б2.В.01(Н)	НИРМ	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.			
Б2.В.02(Пд)	Преддипломная практика				ПК-4.1. ПК-4.2.			ПК-7.1. ПК-7.2

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последнего мирового 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 усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
					ПК-4.3. ПК-4.4. ПК-4.5.			ПК-7.3 ПК-7.4. ПК-7.5. ПК-7.6.
Блок 3. Государственная итоговая аттестация								
Б3.01(Г)	Подготовка и сдача государственного экзамена	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.

Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последнего мирового 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 усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
БЗ.02(Д)	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	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.
	ФТД.Факультативные дисциплины							
ФТД.01	История религий России							
ФТД.02	Информационные базы данных							