

Экономический факультет

Принято Ученым советом  
экономического факультета  
от 28 мая 2021 г.  
протокол № 12

Проректор по образовательной  
деятельности

Ю.Н. Эбзена  
«    »    2021 г.



**Основная профессиональная образовательная программа  
высшего образования**

**Направление подготовки (специальность)**

**38.03.02**

**Менеджмент**

в соответствии с перечнем, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.09.2013г. № 1061.

Программа разработана в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН, утвержденным приказом ректора от 21 мая 2021 г. № 371.

Квалификация (степень) выпускника: **Бакалавр**

Направленность программы (профиль, специализация): **Маркетинг**

Форма обучения

очная, очно-заочная, заочная

Срок освоения программы

при очной форме - 4 года,

при очно-заочной и заочной форме – 5 лет

Руководитель программы:  
Зав. кафедрой Маркетинга  
Зобов А.М.

«    »    2021 г.

Согласовано:

Председатель МССН

Ефремов В.С.

«    »    2021 г.

Согласовано:

Декан факультета

Мосейкин Ю.Н.

«    »    2021 г.

## Описание образовательной программы

### Общая характеристика ОП ВО

#### 1.1. Цель (миссия) ОП ВО.

Основной целью программы «Маркетинг» является подготовка востребованных специалистов в области маркетинга, способных профессионально заниматься решением основных маркетинговых задач в российских и международных компаниях и организациях.

В соответствии с целью задачами программы являются:

- удовлетворение запросов корпоративных потребителей в качественных высокопрофессиональных востребованных кадрах в сфере маркетинга в соответствии с международными профессиональными и национальными стандартами;

- формирование на базе систематических знаний компетенций специалиста, необходимых для успешной профессиональной деятельности в области маркетинга;

- подготовка специалистов, свободно владеющих иностранным языком как средством профессионального общения, современными компьютерными технологиями, возможностями сетевых информационных ресурсов, знающих основы экономики и менеджмента, стремящихся к постоянному совершенствованию своих знаний и успевающих за динамичным развитием науки и техники;

- формирование навыков работы в интернациональной команде 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 этики, умения вести дискуссии и отстаивания собственного мнения, понимания мировых тенденций социально-экономического развития общества.

Миссия основной образовательной программы высшего профессионального образования реализуемой в Российском университете дружбы народов по подготовке бакалавров по направлению 38.03.02. «Менеджмент» профиль «Маркетинг» исходит из единства основных элементов: воспитания и обучения, и направлена на духовно-нравственное, социально-востребованное, творческое, и профессиональное развитие гражданина, удовлетворение его образовательных потребностей и интересов. Миссия разработана в соответствии с федеральными и внутренними нормативными документами. Миссия определяет базовые принципы и организацию работ по реализации образовательной программы по направлению 38.03.02. «Менеджмент» профиль «Маркетинг» на экономическом факультете

РУДН: цели, задачи, содержание и ожидаемые результаты, условия и технологию реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника.

Главная цель программы бакалавриата по направлению 38.03.02. «Менеджмент» профиль «Маркетинг» определяется Образовательным стандартом высшего образования РУДН и состоит в подготовке кадров для организационно-управленческой, информационно-аналитической и предпринимательской деятельности в субъектах хозяйствования различных организационно-правовых форм, действующих в производственных и непроизводственных отраслях и областях деятельности, а также организациях и учреждениях сферы услуг.

Основными задачами реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02. «Менеджмент» профиль «Маркетинг» являются:

- совершенствование концепции, структуры, содержания и организации учебной деятельности с учетом передовой апробированной практики отечественных и зарубежных университетов;

- укрепление кадрового потенциала и материальной базы, совершенствование методического и информационного обеспечения образовательного процесса;

- привлечение представителей бизнеса, государственных организаций и некоммерческой сферы к проведению тренингов, мастер классов и ведения спецкурсов;

- расширение спектра предлагаемых дисциплин и курсов по новым и приоритетным направлениям социально-экономического развития России и мировой экономики; - привлечение работодателей и корпоративных заказчиков для разработки образовательных программ, учебных курсов и аттестации студентов;

- развитие академической мобильности, как с российскими, так и ведущими зарубежными университетами.

## ***1.2. Основные сведения.***

Обучение по основной образовательной программе по направлению подготовки 38.03.02. «Менеджмент» профиль «Маркетинг» с присвоением квалификации «прикладной бакалавр» в Российском университете дружбы народов осуществляется в очной форме обучения. Трудоемкость программы составляет 240 зачетных единиц (з.е.) и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики, время, отводимое на контроль качества освоения студентом ООП. Трудоемкость по очной форме обучения за учебный год составляет 60 зачетных единиц. Зачетная единица равна 36 часам.

Обучение осуществляется в очной форме. Срок получения образования, (включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации), независимо от применяемых образовательных технологий, составляет 4 года.

В соответствии с ОС ВО РУДН (утвержден Ученым советом РУДН, протокол № 2 от 18.02.2020г.) по данному направлению подготовки выпускник должен быть подготовлен к следующим видам профессиональной деятельности:

- ✓ организационно-управленческая;
- ✓ информационно-аналитическая;
- ✓ предпринимательская.

Выпускник данной программы получит следующие знания, умения и навыки:

- осуществление управления маркетинговыми службами и подразделениями организаций;
- способность проведения анализа внешней и внутренней среды организации;
- проведения маркетинговых исследований;
- разработка маркетинговых стратегий и планов;
- разработка системы взаимодействия с клиентами;
- разработка и реализация программ лояльности клиентов;
- осуществление организационных изменений. Высшее образование по основной образовательной программе бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02.

«Менеджмент» профиль «Маркетинг» (в том числе инклюзивное образование инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья) может быть получено только в образовательной организации. Получение высшего образования по программам бакалавриата в рамках данного направления подготовки вне образовательной организации не допускается.

### ***1.3. Особенности реализации ОП ВО.***

При реализации программ бакалавриата по данному направлению подготовки могут применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии. 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. С целью формирования у обучающихся компетенций, предусмотренных ОС ВО РУДН, образовательная программа и учебный план основной образовательной программы высшего профессионального образования 38.03.02. «Менеджмент» профиль «Маркетинг» построены на основе модульного принципа. Образовательная деятельность по программе бакалавриата осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

### ***1.4. Потребность рынка труда в выпускниках данной ОП ВО.***

Потенциальными работодателями выпускников бакалаврской основной образовательной программы высшего профессионального образования 38.03.02. «Менеджмент» профиль «Маркетинг» являются частные компании и фирмы, государственные и муниципальные и некоммерческие организации.

Выпускники программы могут занимать должности: руководитель маркетинговой группы, отдела; менеджер по продукту, бренд-менеджер, маркетинговый аналитик, менеджер по продажам и бизнес-коммуникациям.

Мировая практика развития рынка труда показывает, что маркетинг как профессиональная деятельность стабильно высоко востребована в ведущих промышленных странах. Аналитические обзоры ведущих консалтинговых и рекрутинговых агентств показывают, что профессия «маркетолог» в течение 2015-2020 г. занимает место в первой десятке самых востребованных профессиональных позиций. Особенно высок этот спрос в крупном бизнесе, глобальных торговых сетях, транснациональных компаниях.

Как показывает российская и мировая практика, ведущие компании связывают свое дальнейшее развитие и укрепление конкурентоспособности с внедрением современных управленческих и маркетинговых технологий, обеспечивающими относительную устойчивость в условиях экономической нестабильности и турбулентности.

Развитие современных бизнес-технологий повышает требования к квалификации и компетентности специалистов в области маркетинга. Экономическая ситуация последних лет показала, насколько актуальным является способность компаний точно и своевременно учитывать тенденции покупательского поведения, находить и использовать эффективные каналы взаимодействия и дистрибуции, новые инновационные продуктовые решения.

На первый план в формировании долгосрочной конкурентоспособности компаний выходит клиенториентированность как основа бизнес-философии компании, умение создавать и реализовать программы лояльности, приверженности к бренду, то есть в широком смысле слова как «маркетинг-менеджмент» компаний.

Приоритетное значение приобретает маркетинговая аналитика как способность найти, систематизировать и осмыслить ключевую информацию о рынках, их сегментировании, существующих и вероятных покупательских предпочтениях. При этом специалисты в области маркетинга должны владеть основными программными инструментами в области CRM-систем, баз данных и количественных оценок рынка.

Формирование базы знаний, умений и навыков обучающихся по программе студентов, отбор и повышение квалификации молодых специалистов становится одним решающих условий успешного применения современных концепций и бизнес-технологий в различных отраслях и одним из базовых источников устойчивого конкурентного преимущества компаний и организаций.

Таким образом, ОП ВО 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» готовит современных, востребованных на рынке труда специалистов, которые обладают комплексом знаний, навыков и компетенций. Практическая ориентированность такой подготовки обеспечивается особой ролью производственной и дипломной практик, в рамках которых студенты работают в маркетинговых отделах и подразделениях крупных российских и между- 21 народных компаний.

Из числа известных компаний, где уже работают выпускник ОП 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг» можно указать такие известные предприятия – лидеры в своих направлениях бизнеса, как: Abbot, Unilever, Procter&Gamble, Nike, Adidass, Coca-Cola, Nestle, OBI, «Магнит», «Объединенные кондитеры» и другие. С рядом из этих компаний заключены договора о стратегическом партнерстве и трудоустройстве выпускников программы.

### ***1.5. Требования к абитуриенту.***

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании.

Университет осуществляет прием граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - граждане, лица, поступающие, абитуриенты) на обучение по образовательным программам высшего образования

на основании Правил приема в федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов» на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры на будущий учебный год.

Прием на обучение по программам бакалавриата проводится на основании оцениваемых по стобалльной шкале результатов единого государственного экзамена (ЕГЭ), которые признаются в качестве результатов вступительных испытаний.

## **1.6. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ОП:**

1.6.1 Область профессиональной деятельности.

**Область профессиональной деятельности** выпускников, освоивших программу бакалавриата, включает:

организации различной организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие) и органы государственного и муниципального управления, в которых выпускники работают в качестве исполнителей и координаторов по проведению организационно-технических мероприятий и администрированию реализации оперативных управленческих решений, а также структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело.

1.6.2 Объект профессиональной деятельности.

**Объектами профессиональной деятельности** выпускников, освоивших программу бакалавриата, являются:

- процессы реализации управленческих решений в организациях различных организационно-правовых форм;
- процессы реализации управленческих решений в органах государственного и муниципального управления.

1.6.3 Виды профессиональной деятельности.

**Виды профессиональной деятельности**, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата:

- ✓ организационно-управленческая;
- ✓ информационно-аналитическая;
- ✓ предпринимательская.

1.6.4 Задачи профессиональной деятельности.

Выпускник программ бакалавриата в соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа бакалавриата «Маркетинг» в соответствии с ОС ВО РУДН, готов решать следующие профессиональные задачи:

**организационно-управленческая деятельность:**

- участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);

- участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;
- планирование деятельности организации и подразделений;
- формирование организационной и управленческой структуры организаций;
- организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;
- разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);
- контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;
- мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;

**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 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;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;
- оценка эффективности управленческих решений.

**предпринимательская деятельность:**

разработка и реализация маркетинговой стратегии компании;  
организация и ведение предпринимательской деятельности.

### ***1.7. Требования к результатам освоения ОП ВО.***

В результате освоения программы бакалавриата у выпускника должны быть сформированы универсальные, общепрофессиональные, профессиональные компетенции.

Выпускник Университета должен обладать следующими **универсальными компетенциями (УК):**

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

УК-4. Способен к коммуникации в межличностном и межкультурном взаимодействии на русском как иностранном и иностранном(ых) языке(ах) на основе владения взаимосвязанными и взаимозависимыми видами репродуктивной и продуктивной иноязычной речевой деятельности, такими как аудирование, говорение, чтение, письмо и перевод в повседневно-бытовой, социокультурной, учебно-профессиональной, официально-деловой и научной сферах общения.

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.

УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания и в социальной профессиональной сферах.

УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению.

УК-12. 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.

Программа бакалавриата устанавливает следующие **общепрофессиональные компетенции:**

ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем.

ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.

ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.

ОПК-5. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

Программа бакалавриата устанавливает **профессиональные компетенции:**

ПКО-1. Способен к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

ПКО-2. Способен к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга

ПКО-3. Способен управлять маркетинговой деятельностью организации



**1.7.4.** Университет разрабатывает образовательные программы в соответствии с настоящим образовательным стандартом и с учетом соответствующих примерных основных образовательных программ.

**1.7.5.** При проектировании программы бакалавриата необходимо включить в набор требуемых результатов освоения программы бакалавриата все общекультурные и общепрофессиональные компетенции, а также профессиональные компетенции, отнесенные к тем видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована данная программа бакалавриата.

**1.7.6.** При проектировании программы бакалавриата Университет может дополнить набор компетенций выпускников с учетом ориентации программы на конкретные области знания и (или) вид (виды) деятельности.

**1.7.8.** При проектировании программы бакалавриата Университет самостоятельно устанавливает требования к результатам обучения по отдельным дисциплинам (модулям) и практикам с учетом требований соответствующих примерных основных образовательных программ.

#### ***1.8. Матрица компетенций.***

*Матрица компетенций, которая отражает связь между содержанием ОП ВО и запланированными образовательными результатами находится в Приложении 1*

**Требования к результатам освоения образовательной программы (для подготовки бакалавров)**

Образовательная программа 38.03.02. «Менеджмент», профиль «Маркетинг»

Вид профессиональной деятельности: организационно-управленческая; информационно-аналитическая; предпринимательская

		<b>Универсальные компетенции</b>											
	<b>Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом</b>	<b>УК-1</b> Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации,	<b>УК-2</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся	<b>УК-3</b> Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в	<b>УК-4</b> Способен к коммуникации в межличностном и межкультурном взаимодействии на русском как иностранном и иностранном(ых) языке(ах) на основе владения взаимосвязанными и	<b>УК-5</b> Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-	<b>УК-6</b> Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов	<b>УК-7</b> Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и	<b>УК-8</b> . Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия	<b>УК-9</b> Способен использовать базовые дефектологические знания и в социальной профессиональной сферах.	<b>УК-10</b> Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	<b>УК-11</b> Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению.	<b>УК-12</b> 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
		<b>Обязательная часть</b>											
<b>Блок 1</b>	<b>Базовая компонента</b>												

Иностранный язык					+								
Русский как иностранный					+								
История						+							
Философия	+					+							
Математика	+												
Статистика	+												
Информационные технологии в менеджменте													+
Концепция современного естествознания	+												+
Теория управления	+	+					+						
Теория организации	+												
Организационное поведение				+		+				+		+	
Деловые коммуникации				+		+				+			
Маркетинг				+									
Учет и анализ	+			+									

Финансовый менеджмент	+	+									+		
Управление человеческим и ресурсами			+			+	+			+		+	
Стратегический менеджмент	+	+											
Безопасность жизнедеятельности									+				
Введение в специальность	+		+										
Физическая культура								+					
Курсовая работа по дисциплине Теория организации	+												
Курсовая работа по дисциплине Маркетинг			+										
Курсовая работа по дисциплине Стратегический менеджмент	+		+										

<b>Вариативная компонента</b>													
Основы риторики и коммуникации			+		+		+				+		
Иностранный язык (продвинутый уровень)					+		+				+		
Правоведение			+										+
Макроэкономика	+		+									+	
Микроэкономика	+		+									+	
Экономическая география	+		+										
Экономико-математическое моделирование	+		+										
Методы принятия управленческих решений	+		+										
Управление проектами	+		+										

Экономика предприятия	+	+									+		
Методы исследования рынка	+												
Мировая экономика	+	+											
Лидерство			+			+	+						
Корпоративная социальная ответственность						+				+		+	
Маркетинг в отраслях и сферах деятельности													
Управление продуктом													
Маркетинговые исследования													
Маркетинговые коммуникации													
Брендинг													
Международный маркетинг													
Поведение потребителей													

	В2 В маркетинг												
	Маркетинг взаимоотноше ний и партнерства												
	Маркетинг продаж												
		<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>											
	Элективный курс по Физической культуре							+					
	Блок 1												
	Английский язык				+	+							
	Французский язык				+	+							
	Немецкий язык				+	+							
	Китайский язык				+	+							
	Итальянский язык				+	+							
	Испанский язык				+	+							
	Русский язык для иностр. студентов				+	+							

Блок 2													
Навыки и современные технологии презентаций													+
Мультимедийные инструменты и эффекты убеждения в бизнес-пространстве													+
Блок 3													
Модели искусственного интеллекта в арсенале менеджера	+						+						
Развитие эмоционального интеллекта	+			+									
Креативность и инновации в бизнесе	+		+										+
Нейромаркетинг	+						+						
Блок 4													
Дисциплины междисциплинарного модуля													



	Блок 5												
	Тайм-менеджмент						+						
	Персональный брендинг						+						
	Концепции современного менеджера		+				+						
	Социальные сети в системе делового и персонального общения						+						+
	Блок 6												
	Профессиональные коммуникации и в менеджменте на англ. языке					+		+					
	Профессиональные коммуникации и в менеджменте на фр. языке					+		+					
	Профессиональные коммуникации и в					+		+					

	менеджменте на нем. языке												
	Профессиональные коммуникации и в менеджменте на кит. языке				+	+							
	Профессиональные коммуникации и в менеджменте на итал. языке				+	+							
	Профессиональные коммуникации и в менеджменте на исп. языке				+	+							
	Профессиональные коммуникации и в менеджменте на русском языке для иностр. студентов				+	+							
	Блок 7												
	Основы практического маркетинга в малом и	+											

среднем бизнесе													
Логистика	+												
Прикладные маркетинговые исследования	+												
Блок 8													
Бенчмаркинг (конкурентный мониторинг)				+									
Управление маркетинговыми проектами				+									
Блок 9													
Оценка эффективности персонала и оплаты труда									+			+	
Методы и системы мат. и морального стимулирования									+			+	
Позиционирование городов мира: поиск идентичности									+			+	

Маркетинговое обоснование старта-ап											+		+	
Блок 10														
Digital marketing											+			
Территориальный маркетинг											+			
Маркетинговое управление бизнес-процессами											+			
Основы ВЭД											+			
Блок 11														
Маркетинговые аспекты блокчейна				+										
Event маркетинг				+										
Блок 12														
ATL коммуникации				+										
Стратегический маркетинг				+										
Блок 13														
Маркетинговые				+										

	инструменты прямых продаж												
	Корпоративный PR			+									
	Блок 14												
	Категорийный маркетинг	+											
	Стратегии и технологии продаж на рынках повседневных товаров	+											
	Блок 15												
	Маркетинговое администрирование	+											
	Контент-маркетинг	+											
	Маркетинг услуг	+											
<b>Блок 2</b>	<b>Практика</b>												
	Учебная практика:	+	+										

Ознакомительная практика:													
Производственная практика: организационно-управленческая	+	+											+
Преддипломная практика	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+
Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+
Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+

Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		Общепрофессиональные компетенции				
		ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем.	ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.	ОПК-5. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.
<b>Обязательная часть</b>						
<b>Блок 1</b>	<b>Базовая компонента</b>					
	Иностранный язык					
	Русский как иностранный					
	История					
	Философия					
	Математика		+	+		

Статистика		+	+		
Информационные технологии в менеджменте					+
Концепция современного естествознания					
Теория управления	+		+		
Теория организации	+		+		
Организационное поведение			+		
Деловые коммуникации					
Маркетинг	+	+		+	
Учет и анализ		+			+
Финансовый менеджмент	+	+			+
Управление человеческими ресурсами			+		
Стратегический менеджмент	+	+			+
Безопасность жизнедеятельности					
Введение в специальность					
Физическая культура					
Курсовой проект (по дисциплине Теория организации)	+		+		
Курсовой проект (по дисциплине Маркетинг)	+	+		+	



Курсовой проект (по дисциплине Стратегический менеджмент)	+	+				
<b>Вариативная компонента</b>						
Основы риторики и коммуникации						
Иностранный язык (продвинутый уровень)						
Правоведение						
Макроэкономика	+		+	+		
Микроэкономика	+			+		
Экономическая география				+		
Экономико-математическое моделирование		+	+			+
Методы принятия управленческих решений		+	+			+
Управление проектами		+	+			+
Экономика предприятия	+			+		
Методы исследования рынка		+		+		
Мировая экономика	+		+	+		
Лидерство						
Корпоративная социальная ответственность			+			

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности			+	+	+	
Управление продуктом			+	+	+	
Маркетинговые исследования			+	+	+	
Маркетинговые коммуникации			+	+	+	
Брендинг			+	+	+	
Международный маркетинг			+	+	+	
Поведение потребителей			+	+	+	
B2 B маркетинг			+	+	+	
Маркетинг продаж			+	+	+	
Маркетинг взаимоотношений и партнерства			+	+	+	
Курсовой проект (по дисциплине Маркетинговые исследования)			+	+	+	
Курсовой проект (по дисциплине Брендинг)			+	+	+	
<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>						
Элективный курс по Физической культуре						
Блок 1						
Английский язык						

	Французский язык					
	Немецкий язык					
	Китайский язык					
	Итальянский язык					
	Испанский язык					
	Русский язык для иностр. студентов					
	Блок 2					
	Навыки и современные технологии презентаций					+
	Мультимедийные инструменты и эффекты убеждения в бизнес-пространстве		+			+
	Блок 3					
	Модели искусственного интеллекта в арсенале менеджера					
	Развитие эмоционального интеллекта					
	Креативность и инновации в бизнесе					
	Нейромаркетинг					
	Блок 4					

Дисциплины междисциплинарного модуля						
Блок 5						
Тайм-менеджмент						
Персональный брендинг						
Концепции современного менеджера						
Социальные сети в системе делового и персонального общения						+
Блок 6						
Профессиональные коммуникации в менеджменте на англ. языке						
Профессиональные коммуникации в менеджменте на фр. языке						
Профессиональные коммуникации в менеджменте на нем. языке						
Профессиональные коммуникации в менеджменте на кит. языке						
Профессиональные коммуникации в менеджменте на итал. языке						
Профессиональные коммуникации в менеджменте на исп. языке						

Профессиональные коммуникации в менеджменте на русском языке для иностр.студентов						
Блок 7						
Основы практического маркетинга в малом и среднем бизнесе		+				
Логистика		+				
Прикладные маркетинговые исследования		+				
Блок 8						
Бенчмаркинг (конкурентный мониторинг)		+				
Управление маркетинговыми проектами		+				
Блок 9						
Оценка эффективности персонала и оплаты труда				+		
Методы и системы мат. и морального стимулирования				+		
Позиционирование городов мира: поиск идентичности				+		
Маркетинговое обоснование старт-ап				+		
Блок 10						
Digital marketing						

	Территориальный маркетинг					
	Маркетинговое управление бизнес-процессами					
	Основы ВЭД					
	Блок 11					
	Маркетинговые аспекты блокчейна			+		
	Event маркетинг			+		
	Блок 12					
	ATL коммуникации			+		
	Стратегический маркетинг			+		
	Блок 13					
	Маркетинговые инструменты прямых продаж			+		
	Корпоративный PR			+		
	Блок 14					
	Категорийный маркетинг				+	
	Стратегии и технологии продаж на рынках повседневных товаров				+	
	Блок 15					
	Маркетинговое администрирование			+		

	Контент-маркетинг			+		
	Маркетинг услуг			+		
<b>Блок 2</b>	<b>Практика</b>					
	Учебная практика: ознакомительная	+	+			
	Производственная практика: организационно - управленческая				+	
	Преддипломная практика	+	+	+	+	+
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	+	+	+	+	+
	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	+	+	+	+	+

Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		Профессиональные компетенции		
		<p><b>ПКО-1.</b> Способен к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p><b>ПКО-2.</b> Способен к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга.</p>	<p><b>ПКО-3.</b> Способен управлять маркетинговой деятельностью организации</p>
Обязательная часть				
Блок 1	Базовая компонента			
	Иностранный язык			
	Русский как иностранный			
	История			
	Философия			
	Математика			
	Статистика			
	Информационные технологии в менеджменте			



	Концепция современного естествознания			
	Теория управления			
	Теория организации			
	Организационное поведение			
	Деловые коммуникации			
	Маркетинг			
	Учет и анализ			
	Финансовый менеджмент			
	Управление человеческими ресурсами			
	Стратегический менеджмент			
	Безопасность жизнедеятельности			
	Введение в специальность			
	Физическая культура			
	Курсовая работа по дисциплине Теория организации			
	Курсовая работа по дисциплине Маркетинг			
	Курсовая работа по дисциплине Стратегический менеджмент			
	<b>Вариативная компонента</b>			
	Основы риторики и коммуникации			
	Иностранный язык (продвинутый уровень)			
	Правоведение			

Макроэкономика		+		
Микроэкономика		+		
Экономическая география				
Экономико- математическое моделирование		+		
Методы принятия управленческих решений		+		
Управление проектами			+	
Экономика предприятия				
Методы исследования рынка				
Мировая экономика				
Лидерство				
Корпоративная социальная ответственность				
Маркетинг в отраслях и сферах деятельности			+	+
Управление продуктом			+	+
Маркетинговые исследования		+	+	
Маркетинговые коммуникации			+	+
Брендинг			+	+
Международный маркетинг			+	
Поведение потребителей		+	+	
B2 B маркетинг			+	+
Маркетинг продаж			+	+

	Маркетинг взаимоотношений и партнерства		+	+
	Курсовой проект (по дисциплине Маркетинговые исследования)	+	+	
	Курсовой проект (по дисциплине Брендинг)		+	+
<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>				
	Элективный курс по Физической культуре			
	Блок 1			
	Английский язык			
	Французский язык			
	Немецкий язык			
	Китайский язык			
	Итальянский язык			
	Испанский язык			
	Русский язык для иностр. студентов			
	Блок 2			
	Навыки и современные технологии презентаций			
	Мультимедийные инструменты и эффекты убеждения в бизнес-пространстве			
	Блок 3			
	Модели искусственного интеллекта в арсенале менеджера			
	Развитие эмоционального интеллекта			

	Креативность и инновации в бизнесе			
	Нейромаркетинг			
	Блок 4			
	Дисциплины междисциплинарного модуля			
	Блок 5			
	Тайм-менеджмент			
	Персональный брендинг			
	Концепции современного менеджера		+	
	Социальные сети в системе делового и персонального общения			
	Блок 6			
	Профессиональные коммуникации в менеджменте на англ. языке			
	Профессиональные коммуникации в менеджменте на фр. языке			
	Профессиональные коммуникации в менеджменте на нем. языке			
	Профессиональные коммуникации в менеджменте на кит. языке			
	Профессиональные коммуникации в менеджменте на итал. языке			
	Профессиональные коммуникации в менеджменте на исп. языке			
	Профессиональные коммуникации в менеджменте на русском языке для иностр. студентов			
	Блок 7			
	Основы практического маркетинга в малом и среднем бизнесе			

	Логистика			
	Прикладные маркетинговые исследования			
	Блок 8			
	Бенчмаркинг (конкурентный мониторинг)	+	+	
	Управление маркетинговыми проектами	+	+	
	Блок 9			
	Оценка эффективности персонала и оплаты труда	+	+	
	Методы и системы мат. и морального стимулирования	+	+	
	Позиционирование городов мира: поиск идентичности	+	+	
	Маркетинговое обоснование старт-ап	+	+	
	Блок 10			
	Digital marketing		+	+
	Территориальный маркетинг		+	+
	Маркетинговое управление бизнес-процессами		+	+
	Основы ВЭД		+	+
	Блок 11			
	Маркетинговые аспекты блокчейна		+	+
	Event маркетинг		+	+
	Блок 12			
	ATL коммуникации		+	+

	Стратегический маркетинг		+	+
	Блок 13			
	Маркетинговые инструменты прямых продаж		+	+
	Корпоративный PR		+	+
	Блок 14			
	Категорийный маркетинг	+	+	
	Стратегии и технологии продаж на рынках повседневных товаров	+	+	
	Блок 15			
	Маркетинговое администрирование		+	+
	Контент-маркетинг		+	+
	Маркетинг услуг		+	+
<b>Блок 2</b>	<b>Практика</b>			
	Учебная практика: ознакомительная			
	Производственная практика: организационно-управленческая			
	Преддипломная практика	+	+	+
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	+	+	+
	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	+	+	+

