



## 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 по данному направлению подготовки, а также направленности образовательных программ, реализуемых в ФГАОУ ВО РУДН, выпускник должен быть подготовлен к следующим видам профессиональной деятельности:

- организационно-управленческая;

- информационно-аналитическая.

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 20 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 2010-2015 г.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 дистрибьюции, 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.**

#### 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.

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

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

Выпускник Университета должен обладать следующими **общекультурными компетенциями (ОК):**

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

**1.7.1.** Выпускник Университета (гражданин России или иностранный гражданин, изучавший иностранный язык) в соответствии со стандартами Общеευропейских компетенций владения иностранным языком должен обладать следующими компетенциями:

- владеет взаимосвязанными видами продуктивной и репродуктивной иноязычной речевой деятельности, включая письмо, говорение, чтение, аудирование, перевод (ОК-10);
- владеет иноязычной коммуникативной компетенцией в официально-деловой, учебно-профессиональной, научной, социокультурной, повседневно-бытовой сферах иноязычного общения (ОК-11);
- способен использовать иностранный язык в процессе профессиональной деятельности по направлению подготовки (специальности) (ОК-12).

1.7.1.1 Выпускник Университета (иностраннй гражданин, изучавший русский язык как иностранный), владеет русским языком в объеме II сертификационного уровня и обладает способностью и готовностью:

- эффективно и в полном объеме решать профессиональные и научно-профессиональные задачи, реализовать профессионально-деловые, научно-профессиональные, общекультурные коммуникативные потребности средствами русского языка (ОК-13);
- устанавливать и поддерживать с российскими деловыми партнерами толерантные профессионально-коммуникативные отношения, основанные на уважительном отношении к культурным, социальным, социально-политическим реалиям и ценностям российского общества, на знании норм и правил эффективного взаимодействия, принятых в российских профессионально-деловых сообществах (ОК-14);
- вести научно-исследовательскую деятельность на русском языке, принимать участие в работе российских научных сообществ (в том числе в интернет-среде) (ОК-15);
- проводить и оформлять проектные, научно-квалификационные работы на русском языке (ОК-16);
- осуществлять непрерывное профессионально-коммуникативное саморазвитие и самосовершенствование в сфере русскоязычной научно-профессиональной и профессионально-деловой коммуникации (ОК-17).

**1.7.2.** Выпускник Университета должен обладать следующими **Общепрофессиональными компетенциями (ОПК):**

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);

- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);
- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

**1.7.3.** Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать **профессиональными компетенциями (ПК)**, соответствующими виду (видам) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата:

**организационно-управленческая деятельность:**

- владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умений проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);
- владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде (ПК-2);
- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-4);
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);
- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7);

- владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8);
- владеть методами комплексного, межфункционального подхода решения ключевых профессиональных задач с использованием активного диалога и переговорного процесса, горизонтальных и вертикальных деловых коммуникаций, постоянного взаимодействия с внешними стейкхолдерами, в том числе, с учетом кросскультурных особенностей организаций, компаний и их подразделений (ПК-9);
- способностью учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации (ПК-10);

**информационно-аналитическая деятельность:**

- способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-11);
- владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-12);
- владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-13)
- умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного и муниципального управления) (ПК-14)
- умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-15);
- умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, пониманием роли финансовых рынков и институтов, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-16);
- умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-17);
- владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-18).

**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*



	Правоведение						+											
	Математика ч.1																	
	Математика ч.2																	
	Теория статистики			+														
	Социально-экономическая статистика			+														
	Информатика							+										
	Информационные технологии в менеджменте							+										
	Методы принятия управленческих решений						+											
	Концепция современного естествознания	+																
	История управленческой мысли		+			+												
	Теория организации					+												
	Организационное поведение					+												
	Основы менеджмента			+														
	Деловые коммуникации					+												
	Маркетинг			+														
	Управленческий учет			+														
	Финансовый учет и анализ			+														
	Финансовый менеджмент			+														
	Управление проектами					+												
	Корпоративная социальная ответственность					+												

	Управление человеческими ресурсами					+												
	Стратегический менеджмент			+														
	Безопасность жизнедеятельности									+								
	Введение в специальность			+		+												
	Физическая культура									+								
Б.1.В	<b>Вариативная часть</b>																	
	Экономическая география			+														
	Основы риторики и коммуникации					+							+	+				
	Иностранный язык (продвинутый уровень)					+				+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Институциональная экономика			+														
	Экономико - математическое моделирование			+														
	Методы анализа рыночной деятельности компании																	
	Экономика предприятия			+														
	Мировая экономика			+														
	Инвестиционный анализ			+														
	Управление продуктом																	
	Логистика			+														
	Ценообразование			+														

	Лидерство					+		+										
	Национальная экономика			+														
	История экономических учений		+	+														
	Маркетинговые исследования																	
	Поведение потребителей																	
	Маркетинговые коммуникации					+	+								+			+
	Международный маркетинг																	
	Прикладная физическая культура								+									
	<b>Дисциплины по выбору</b>																	
	Английский язык					+					+	+	+	+	+	+	+	+
	Французский язык					+					+	+	+	+	+	+	+	+
	Немецкий язык					+					+	+	+	+	+	+	+	+
	Китайский язык					+					+	+	+	+	+	+	+	+
	Итальянский язык					+					+	+	+	+	+	+	+	+
	Испанский язык					+					+	+	+	+	+	+	+	+
	Русский язык для иностранных студентов					+					+	+	+	+	+	+	+	+
	Зарубежное страноведение			+														
	Демографические процессы и политика																	
	Психология и педагогика																	
	Основы нравственности						+		+									
	Развитие эмоционального интеллекта								+									

Навыки и современные технологии презентаций																		
Культура личной работы								+										
Бизнес в Интернете				+														
Геомаркетинг				+														
Экономика природопользования				+														
Профессиональные коммуникации в менеджменте, английский язык					+					+	+	+	+	+	+	+	+	+
Профессиональные коммуникации в менеджменте, французский язык					+					+	+	+	+	+	+	+	+	+
Профессиональные коммуникации в менеджменте, немецкий язык					+					+	+	+	+	+	+	+	+	+
Профессиональные коммуникации в менеджменте на китайский язык					+					+	+	+	+	+	+	+	+	+
Профессиональные коммуникации в менеджменте на итальянский язык					+					+	+	+	+	+	+	+	+	+
Профессиональные коммуникации в менеджменте на испанский язык					+					+	+	+	+	+	+	+	+	+
Профессиональные коммуникации в менеджменте на русский язык для иностранных					+					+	+	+	+	+	+	+	+	+

студентов																		
Брендинг																		
Маркетинга взаимоотношений и партнерства																		
Прикладные маркетинговые исследований																		
Маркетинговые инструменты прямых продаж																		
Бенчмаркинг																		
Управление маркетинговыми проектами																		
Маркетинговые аспекты блокчейна																		
Современные инструменты интернет-маркетинга																		
ATL-коммуникации																		
Категорийный маркетинг																		
B2B маркетинг																		
Управление продажами																		
Корпоративный PR																		
Специализированные маркетинговые программные продукты																		
Маркетинговые инструменты продвижения продукции на рынке B2B																		
The Public Private Partnership																		

	(«Государственно-частное партнерство»)																		
	Разработка корпоративных сайтов																		
	Маркетинговое администрирование																		
	Контент-маркетинг																		
	Маркетинг услуг																		
	Стратегический маркетинг																		
	Основы ВЭД																		
	Торговый маркетинг																		
	Персональный брендинг					+		+											
<b>Б.2</b>	<b>Практика</b>																		
	Учебная практика			+	+	+	+	+											
	Производственная практика			+	+	+	+	+		+							+		
	Преддипломная практика			+	+	+	+	+		+							+		

Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Общепрофессиональные компетенции						
	ОПК-1 владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности	ОПК-2 способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций	ОПК-3 способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать	ОПК-4 способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и	ОПК-5 владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и компьютерных информационных	ОПК-6 владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций	ОПК-7 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-
<b>Блок 1</b> <b>Базовая часть</b>							
Иностранный язык/Русский язык как иностранный				+			
История							
Философия							
Правоведение	+						
Математика						+	+
Теория статистики						+	+
Информатика							+
Информационные технологии в менеджменте					+		+
Социально-экономическая статистика					+		
Методы принятия управленческих решений		+				+	
Концепция современного естествознания							

	История управленческой мысли		+					
	Теория организации			+				
	Организационное поведение			+				
	Основы менеджмента			+				
	Деловые коммуникации				+			
	Маркетинг		+					
	Управленческий учет	+				+		
	Финансовый учет и анализ	+				+		
	Финансовый менеджмент					+		
	Управление проектами		+					
	Управление человеческими ресурсами			+				
	Стратегический менеджмент		+	+				
	Корпоративная социальная ответственность		+					
	Безопасность жизнедеятельности							
	Введение в специальность				+			+
	Физическая культура							
	<b>Вариативная часть</b>							
	Экономическая география	+						
	Основы риторики и коммуникации		+		+			
	Иностранный язык (продвинутый уровень)				+			
	Институциональная экономика		+					
	Экономико-математическое моделирование						+	
	Методы анализа рыночной деятельности						+	

Экономика предприятия				+			
Мировая экономика							
Инвестиционный анализ		+					
Управление продуктом							+
Логистика						+	
Ценообразование					+		
Лидерство							
Национальная экономика							
История экономических учений		+					
Маркетинговые исследования							
Маркетинговые коммуникации					+		
Поведение потребителей							
Международный маркетинг							
Прикладная физическая культура							
<b>Дисциплины по выбору</b>							
Английский язык					+		
Французский язык					+		
Немецкий язык					+		
Китайский язык					+		
Итальянский язык					+		
Испанский язык					+		
Русский язык для иностранных студентов					+		
Зарубежное страноведение	+						
Демографические процессы и политика	+						
Психология и педагогика		+					
Основы нравственности		+					
Развитие эмоционального интеллекта					+		
Навыки и современные технологии презентаций					+		+
Культура личной работы					+		

	Геомаркетинг	+						
	Бизнес в Интернете	+						
	Экономика природопользования	+						
	Профессиональные коммуникации в менеджменте английский язык				+			
	Профессиональные коммуникации в менеджменте на французском языке				+			
	Профессиональные коммуникации в менеджменте на немецком языке				+			
	Профессиональные коммуникации в менеджменте на китайском языке				+			
	Профессиональные коммуникации в менеджменте на итальянском языке				+			
	Профессиональные коммуникации в менеджменте на испанском языке				+			
	Профессиональные коммуникации в менеджменте на русском языке для иностранных студентов				+			
	Брендинг							
	Маркетинг взаимоотношений и партнерства							
	Прикладные маркетинговые исследований							

	Маркетинговые инструменты прямых продаж				+			
	Бенчмаркинг							
	Управление маркетинговыми проектами			+				
	Маркетинговые аспекты блокчейна							
	Современные инструменты интернет-маркетинга	+			+			+
	ATL-коммуникации							
	Категорийный маркетинг							
	B2B маркетинг							
	Управление продажами				+			+
	Корпоративный PR							
	Специализированные маркетинговые программные продукты	+			+			+
	Маркетинговые инструменты продвижения продукции на рынке B2B							
	The Public Private Partnership («Государственно-частное партнерство» на англ. языке)							
	Разработка корпоративных сайтов	+			+			+
	Маркетинговое администрирование							+
	Контент-маркетинг							+
	Стратегический маркетинг							
	Основы ВЭД							
	Торговый маркетинг							
	Персональный брендинг				+			+
<b>Б.2</b>	<b>Вариативная часть</b>							

	Учебная практика	+			+			
	Производственная практика	+	+	+	+	+	+	+
	Преддипломная практика	+	+	+	+	+	+	+

Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Профессиональные компетенции										
	ПК-1 владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и	ПК-2 владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе, в межкультурной среде	ПК-3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	ПК-4 умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации	ПК-5 способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	ПК-6 способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	ПК-7 владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ	ПК-8 владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	ПК-9 владеть методами комплексного, междисциплинарного подхода решения ключевых профессиональных задач с использованием активного диалога и переговорного процесса, горизонтальных и вертикальных деловых коммуникаций, постоянного взаимодействия с внешними стейкхолдерами, в том числе, с учетом кросскультурных особенностей организаций компаний и их подразделений	ПК-10 способностью учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации	ПК-11 способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли
Базовая часть											
Иностранный язык											
История											
Философия											
Правоведение											
Математика											
Теория статистики											
Информатика											
Информационные											

технологии в менеджменте											
Социально-экономическая статистика											
Методы принятия управленческих решений					+		+				
Концепция современного естествознания											
История управленческой мысли											
Теория организации	+										
Организационное поведение	+								+		
Основы менеджмента	+								+		
Деловые коммуникации		+							+		
Управленческий учет				+							
Маркетинг			+		+		+				+
Финансовый учет и анализ				+							
Финансовый менеджмент				+							
Управление проектами						+	+				
Корпоративная социальная ответственность										+	
Управление человеческими ресурсами	+	+									
Стратегический менеджмент			+		+					+	
Безопасность жизнедеятельности											
Введение в специальность											
Физическая культура											
<b>Вариативная часть</b>											
Экономическая география											+
Основы риторики и		+							+		

коммуникации											
Иностранный язык (продвинутый уровень)											
Институциональная экономика											+
Экономико-математическое моделирование											
Методы анализа рыночной деятельности											+
Экономика предприятия											
Мировая экономика				+							+
Управление продуктом						+					
Логистика								+			
Национальная экономика											+
Ценообразование				+							
Лидерство	+	+									
История экономических учений											
Маркетинговые исследования											+
Поведение потребителей									+		
Маркетинговые коммуникации		+							+		
Международный маркетинг		+	+								
Инвестиционный анализ											
Прикладная физическая культура											
<b>Дисциплины по выбору</b>											
Английский язык											
Французский язык											
Немецкий язык											
Китайский язык											
Итальянский язык											
Испанский язык											
Русский язык для иностранных студентов											

Демографические процессы и политика											+
Психология и педагогика	+	+									
Зарубежное страноведение											+
Основы нравственности										+	
Навыки и современные технологии презентаций									+		
Культура личной работы									+		
Развитие эмоционального интеллекта	+										
Бизнес в Интернете											+
Геомаркетинг											+
Экономика природопользования											+
Профессиональные коммуникации в менеджменте английский язык											
Профессиональные коммуникации в менеджменте на французском языке											
Профессиональные коммуникации в менеджменте на немецком языке											
Профессиональные коммуникации в менеджменте на китайском языке											
Профессиональные коммуникации в менеджменте на итальянском языке											
Профессиональные коммуникации в менеджменте на испанском языке											
Профессиональные коммуникации в											

менеджменте на русском языке для иностранных студентов											
Прикладные маркетинговые исследования											+
Маркетинговые инструменты прямых продаж									+		
Брендинг					+	+					
Маркетинг взаимоотношений и партнерства					+				+		
Бенчмаркинг											+
Управление маркетинговыми проектами						+					
Маркетинговые аспекты блокчейна					+						
Современные инструменты интернет-маркетинга											
ATL-коммуникации						+			+		
Категорийный маркетинг						+					+
B2B маркетинг											
Управление продажами											+
Корпоративный PR						+			+		
Специализированные маркетинговые программные продукты											
Маркетинговые инструменты продвижения продукции на рынке B2B											
The Public Private Partnership (Государственно-частное партнерство)						+				+	
Разработка корпоративных сайтов											
Маркетинговое									+		

администрирование											
Контент-маркетинг						+					
Стратегический маркетинг			+		+						
Основы ВЭД			+		+						
Торговый маркетинг					+						
Персональный брендинг									+		
<b>Практика</b>											
Учебная практика											
Производственная практика				+	+	+		+			+
Преддипломная практика	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Профессиональные компетенции						
		ПК-12 владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	ПК-13 владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формировании информационного обеспечения	ПК-14 умением организовать и поддерживать связь с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного и	ПК-15 умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций	ПК-16 умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, пониманием роли финансовых рынков и институтов, навыков управления	ПК-17 умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	ПК-18 владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов
<b>Б. 1</b>	<b>Базовая часть</b>							
	Иностранный язык							
	История							
	Философия							
	Правоведение							
	Математика	+						
	Теория статистики	+						
	Информатика	+						
	Информационные технологии в менеджменте		+	+				
	Социально-экономическая статистика	+						
	Методы принятия управленческих решений	+					+	
	Концепция современного естествознания							
	История управленческой							

	мысли							
	Теория организации				+			
	Организационное поведение							
	Основы менеджмента							
	Деловые коммуникации							
	Управленческий учет					+		
	Маркетинг		+					
	Финансовый учет и анализ	+				+	+	+
	Финансовый менеджмент							+
	Управление проектами		+	+				
	Корпоративная социальная ответственность							
	Управление человеческими ресурсами							
	Стратегический менеджмент							
	Безопасность жизнедеятельности							
	Введение в специальность							
	Физическая культура							
<b>Б.1.В</b>	<b>Вариативная часть</b>							
	Экономическая география							
	Основы риторики и коммуникации							
	Иностранный язык (продвинутый уровень)							
	Институциональная экономика							
	Экономико-математическое моделирование	+						
	Методы анализа рыночной деятельности	+						
	Экономика предприятия		+			+		
	Мировая экономика							
	Инвестиционный анализ						+	+
	Управление продуктом							
	Логистика				+			
	Ценообразование							

	Лидерство							
	Национальная экономика							
	История экономических учений							
	Маркетинговые исследования	+						
	Поведение потребителей	+						
	Маркетинговые коммуникации							
	Международный маркетинг							
	Прикладная физическая культура							
Б.1.В	<b>Дисциплины по выбору</b>							
	Английский язык							
	Французский язык							
	Немецкий язык							
	Китайский язык							
	Итальянский язык							
	Испанский язык							
	Русский язык для иностранных студентов							
	Зарубежное страноведение						+	
	Демографические процессы и политика						+	
	Психология педагогика							
	Культура личной работы							
	Основы нравственности							
	Развитие эмоционального интеллекта							
	Навыки и современные технологии презентаций							
	Бизнес в Интернете						+	
	Геомаркетинг						+	
	Экономика природопользования							
	Профессиональные коммуникации в менеджменте английский язык							

Профессиональные коммуникации в менеджменте на французском языке								
Профессиональные коммуникации в менеджменте на немецком языке								
Профессиональные коммуникации в менеджменте на китайском языке								
Профессиональные коммуникации в менеджменте на итальянском языке								
Профессиональные коммуникации в менеджменте на испанском языке								
Профессиональные коммуникации в менеджменте на русском языке для иностранных студентов								
Брендинг								
Маркетинга взаимоотношений и партнерства								
Прикладные маркетинговые исследований	+							
Маркетинговые инструменты прямых продаж					+			
Бенчмаркинг	+							
Управление маркетинговыми проектами								
Маркетинговые аспекты блокчейна	+							
Современные инструменты интернет-маркетинга			+		+			
Управление маркетинговыми проектами								
ATL-коммуникации								

	Территориальный маркетинг							
	Категорийный маркетинг	+						
	B2B маркетинг	+			+			
	Управление продажами							
	Корпоративный PR							
	Специализированные маркетинговые программные продукты			+	+			
	Маркетинговые инструменты продвижения продукции на рынке B2B	+			+			
	The Public Private Partnership («Государственно-частное партнерство» на англ. языке)							
	Разработка корпоративных сайтов			+	+			
	Маркетинговое администрирование							
	Контент-маркетинг	+						
	Маркетинг услуг	+					+	
	Стратегический маркетинг	+						
	Основы ВЭД							
	Торговый маркетинг	+						
	Персональный брендинг							
<b>Б. 2</b>	<b>Практики</b>							
	Учебная практика		+					
	Производственная практика		+					
	Преддипломная практика	+	+	+	+	+	+	+