

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

Экономический факультет

Принято Ученым советом  
экономического факультета

протокол № 10 от 25.04.2017 г.



Утверждаю  
проректор по учебной работе

А.П. Ефремов

2017 г.

**Основная профессиональная образовательная программа  
высшего образования**

**Направление подготовки (специальность)**

38.04.02 «Менеджмент»

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

Программа разработана в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН, утвержденных приказом ректора от «20.02.2016 г.» № 77 «Об утверждении образовательных стандартов высшего образования по направлениям подготовки/специальностям, самостоятельно устанавливаемых РУДН».

Квалификация выпускника магистр

Направленность программы (профиль, специализация):

«Международный маркетинг»

Нормативный срок освоения программы 2 года

Форма обучения - очная

Сведения об особенностях реализации основной образовательной программы:  
предусмотрена реализация программы как на русском, так и на английском языках

Руководитель программы:

Зав. кафедрой маркетинга,  
к.э.н., профессор  
Зобов А.М.

  
\_\_\_\_\_ 2017 г.

Согласовано:  
Председатель МССН

Зав. кафедрой менеджмента,  
д.э.н., профессор  
Ефремов В.С.

  
\_\_\_\_\_ 2017 г.

Согласовано:  
Декан факультета

д.э.н., профессор  
Мосейкин Ю.Н.

  
\_\_\_\_\_ 2017 г.

2017 г.

# Описание образовательной программы

## Общая характеристика ОП ВО

### 1.1. Цель (миссия) ОП ВО.

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

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

В соответствии с миссией и целью, задачами программы являются:

- Удовлетворение запросов потребителей в качественных высокопрофессиональных востребованных кадрах в сфере международного маркетинга в соответствии с международными профессиональными и национальными стандартами;
- Формирование на базе систематических знаний компетенций специалиста, необходимых для успешной профессиональной деятельности в области профессионального маркетинга;
- Подготовка специалистов, свободно владеющих иностранным языком, как средством профессионального общения, современными компьютерными технологиями, возможностями сетевых информационных ресурсов, знающих основы экономики и менеджмента, стремящихся к постоянному совершенствованию своих знаний и успевающих за динамичным развитием науки и техники.
- Формирование навыков работы в интернациональной команде 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.

## **1.2. Основные сведения.**

Обучение по ОП «Международный маркетинг» с присвоением квалификации «магистра» в Российском университете дружбы народов осуществляется в очной форме. Объем программы магистратуры составляет 120 зачетных единиц (з.е.), что включает все виды аудиторной, практической и самостоятельной работы студента, а также контроль качества освоения студентом ООП. Обучение осуществляется с применением разных образовательных технологий, таких как реализация программы несколькими организациями высшего образования, с использованием сетевой формы, реализация обучения по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренного обучения. Обучение по данной ОП подразумевает комплексное исследование рынков с точки зрения их B2C и B2B маркетинга, управление архитектурой каналов распределения, тенденции потребительского поведения, особенности маркетинга коммуникаций, организационных структур и рыночной среды.

В соответствии с образовательным стандартом высшего образования по данному направлению подготовки, а также направленности образовательных программ, реализуемых в ФГАОУ ВО РУДН, выпускники нацеливаются на выполнение следующих видов профессиональной деятельности:

- организационно-управленческая;
- информационно-аналитическая.

В процессе реализации данной программы выпускник получит знания, умения и навыки для решения следующих профессиональных задач:

### **организационно-управленческая деятельность:**

- участие в разработке и реализации корпоративной, продуктовой и конкурентной стратегии организации, а также детали функциональной маркетинговой;
- участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии с маркетинговой стратегией организации;
- организация работы исполнителей для осуществления конкретных маркетинговых проектов, видов деятельности, работ;
- разработка и реализация маркетинговых проектов, направленных на развитие деятельности предприятия;

### **информационно-аналитическая:**

- 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 внутреннего документооборота организации;
- оценка эффективности проектов в сфере международного маркетинга;
- подготовка отчетов по информационно-аналитической деятельности;
- оценка эффективности управленческих решений в сфере маркетинга, предпринимательская деятельность;
- разработка бизнес-планов создания нового рыночного направления деятельности предприятия или нового бизнеса;
- организация предпринимательской деятельности.

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

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

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

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

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

Большинство компаний осознают необходимость маркетинга. Вакансии в данной сфере постоянно возникают в различных вариантах по всему миру, включая: менеджер по маркетингу, маркетинговые исследования и аудит, реклама и РК-менеджер, планирование мероприятий, маркетинговый анализ и т. д. Потенциальными работодателями выпускников магистерской программы ВО «Международный маркетинг» являются частные и государственные компании, участвующие в рыночной экономике и испытывающие нужду в осознанном подходе к реализации стратегии своего поведения в современной мировой и национальной экономике. Выпускники программы могут занимать должности: руководитель проекта в целевой сфере (группы, отдела, центра по разработке и реализации маркетинговых мероприятий, маркетинговых планов, программ развития); маркетинг-менеджер; бренд-менеджер; менеджер по маркетингу; маркетинголог-аналитик; специалист по международному маркетингу и др.

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

Прием в Университет для обучения по программам магистратуры проводится по результатам вступительных испытаний по заявлениям граждан, имеющих один из документов государственного образца: диплом бакалавра; диплом специалиста; диплом Магистра.

Для поступления в магистратуру «Международный маркетинг» необходимо сдать междисциплинарный экзамен.

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

#### **1.6.1 Область профессиональной деятельности.**

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

- организации любой организационно-правовой формы, 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.

**1.6.2 Объект профессиональной деятельности** выпускников, освоивших программу магистратуры, являются:

- Объектами профессиональной деятельности выпускников — программы магистратуры «Международный маркетинг» в соответствии с ОС ВО РУДН включает:
- процессы управления маркетингом организаций различных организационно- правовых форм;
- процессы государственного и муниципального управления в области.

### **1.6.3 Виды профессиональной деятельности.**

Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники программы магистратуры «Международный маркетинг» в соответствии с ОС ВО РУДН:

#### ***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 со 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 международного маркетинга;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;
- оценка эффективности управленческих решений в сфере маркетинга;
- предпринимательская деятельность:
- разработка бизнес-планов создания нового рыночного направления деятельности предприятия или нового бизнеса;
- организация предпринимательской деятельности.

### **1.6.4 Задачи профессиональной деятельности.**

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

В соответствии с миссией и целью, задачами программы являются:

- удовлетворение запросов потребителей в качественных высокопрофессиональных востребованных кадрах в сфере международного маркетинга в соответствии с международными профессиональными и национальными стандартами;
- формирование на базе систематических знаний компетенций специалиста, необходимых для успешной профессиональной деятельности в области международного 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.

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

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

#### **1.7.1. Выпускник Университета должен обладать следующими**

##### ***Общекультурными компетенциями (ОК):***

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3).

#### **1.7.2. Выпускник Университета должен обладать следующими**

##### ***Общепрофессиональными компетенциями (ОПК):***

- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);
- готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);
- способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3).

Выпускник программы магистратуры должен обладать профессиональными компетенциями (ПК), соответствующими виду (видам) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа магистратуры:

##### **организационно-управленческая деятельность:**

- способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1);
- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2);

- способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-3);

**информационно-аналитическая деятельность:**

- способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4);
- владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5);
- способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-6).

**1.7.4.** Образовательная программа разработана в соответствии с ОС ВО РУДН и с учетом соответствующей примерной основной образовательной программы.

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

**1.7.8.** При проектировании программы магистратуры Университет самостоятельно устанавливает требования к результатам обучения по отдельным дисциплинам (модулям) и практикам с учетом требований соответствующей примерной основной образовательной программы.

**1.8. Матрица компетенций.**

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

Вид профессиональной деятельности: организационно-управленческий, аналитический

	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Общекультурные компетенции		
		ОК-1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	ОК-2 готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	ОК-3 готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала
<b>Блок 1</b>	<b>Базовая часть</b>			
	Профессиональный иностранный язык			+
	Управленческая экономика	+		
	Методы исследований в менеджменте	+		+
	Теория организации и организационное поведение		+	
	Современный стратегический анализ	+		
	Корпоративные финансы	+		
	<b>Вариативная часть</b>			
	Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов)	+		
	Управление маркетингом в международных компаниях			
	Маркетинговый аудит		+	
	Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях		+	
	Фрагментация производства и трансграничные цепочки стоимости	+		
	Digital marketing		+	+
	Международные маркетинговые стратегии			
	<b>Дисциплины по выбору студента</b>			
	Маркетинг инноваций			+
	Маркетинговые методы прогнозирования	+		
	Коучинг личностного роста		+	
	Бизнес-инжиниринг	+		
	Корпоративный маркетинг на глобальных рынках		+	+
	Анализ финансовой отчетности	+		
	Маркетинг в социальных сетях			+



	Государственно-частное партнерство на англ. языке	+		
	Техника ведения переговоров		+	
	Маркетинговое планирование	+		
<b>Блок 2</b>	<b>Вариативная часть</b>			
	Производственная практика (НИР)	+		+
	Преддипломная практика	+	+	+

	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Общепрофессиональные компетенции		
		ОПК-1 готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности. Владеть иноязычной коммуникативной компетенцией в официально-деловой, учебно-профессиональной, научной, социокультурной, повседневно-бытовой сферах иноязычного общения	ОПК-2 готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	ОПК-3 способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования
<b>Блок 1</b>	<b>Базовая часть</b>			
	Профессиональный иностранный язык	+		
	Управленческая экономика			+
	Методы исследований в менеджменте			+
	Теория организации и организационное поведение		+	+
	Современный стратегический анализ			+
	Корпоративные финансы			+
	<b>Вариативная часть</b>			
	Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов)			+
	Управление маркетингом в международных компаниях		+	
	Маркетинговый аудит			+
	Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях	+	+	
	Фрагментация производства и трансграничные цепочки стоимости			
	Digital marketing			
	Международные маркетинговые стратегии			
	<b>Дисциплины по выбору студента</b>			
	Маркетинг инноваций	+	+	

	Маркетинговые методы прогнозирования		+	
	Коучинг личностного роста		+	
	Бизнес-инжиниринг		+	
	Корпоративный маркетинг на глобальных рынках		+	
	Анализ финансовой отчетности			+
	Маркетинг в социальных сетях		+	
	Государственно-частное партнерство на англ. языке		+	+
	Техника ведения переговоров		+	
	Маркетинговое планирование			+
<b>Блок 2</b>				
	Производственная практика (НИР)			+
	Преддипломная практика		+	+

	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Профессиональные компетенции					
		ПК-1 способностью управлять организациями, по подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	ПК-2 способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	ПК-3 способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	ПК-4 способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	ПК-5 владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	ПК-6 способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач
<b>Блок 1</b>	<b>Базовая часть</b>						
	Профессиональный иностранный язык						
	Управленческая экономика					+	
	Методы исследований в менеджменте				+	+	
	Теория организации и организационное поведение	+	+				
	Современный стратегический анализ	+	+			+	
	Корпоративные финансы			+			+
	<b>Вариативная часть</b>						
	Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов)				+	+	
	Управление маркетингом в международных компаниях	+	+				
	Маркетинговый аудит		+	+	+		
	Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях	+	+				
	Фрагментация производства и			+	+		

	трансграничные цепочки стоимости						
	Digital marketing					+	
	Международные маркетинговые стратегии		+			+	
	<b>Дисциплины по выбору студента</b>						
	Маркетинг инноваций					+	
	Маркетинговые методы прогнозирования				+		
	Коучинг личностного роста	+					
	Бизнес-инжиниринг		+		+		
	Корпоративный маркетинг на глобальных рынках	+	+		+		
	Анализ финансовой отчетности			+	+	+	+
	Маркетинг в социальных сетях	+					
	Государственно-частное партнерство на англ. языке		+			+	
	Техника ведения переговоров	+					
	Маркетинговое планирование		+	+			
<b>Блок 2</b>	<b>Вариативная часть</b>						
	Производственная практика (НИР)				+	+	
	Преддипломная практика		+		+	+	

	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Профессиональные компетенции			
		ПК-7 способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	ПК-8 способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	ПК-9 способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	ПК-10 способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой
<b>Блок 1</b>	<b>Базовая часть</b>				
	Профессиональный иностранный язык				
	Управленческая экономика	+			
	Методы исследований в менеджменте				+
	Теория организации и организационное поведение	+	+		
	Современный стратегический анализ	+			+
	Корпоративные финансы				
	<b>Вариативная часть</b>				
	Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов)				
	Управление маркетингом в международных компаниях	+			
	Маркетинговый аудит		+		+
	Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях				
	Фрагментация производства и трансграничные цепочки стоимости	+			

	Digital marketing			+	
	Международные маркетинговые стратегии	+			
	<b>Дисциплины по выбору студента</b>				
	Маркетинг инноваций				
	Маркетинговые методы прогнозирования				
	Коучинг личностного роста		+	+	+
	Бизнес-инжиниринг				
	Корпоративный маркетинг на глобальных рынках	+	+		
	Анализ финансовой отчетности				
	Маркетинг в социальных сетях				+
	Государственно-частное партнерство на англ. языке				
	Техника ведения переговоров				
	Маркетинговое планирование	+			+
<b>Блок 2</b>	<b>Вариативная часть</b>				
	Производственная практика (НИР)	+	+	+	+
	Преддипломная практика	+	+	+	+