

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

Принято Ученым советом
экономического факультета
протокол № 10 от 28.04.2020 г.

Утверждаю
проректор по учебной работе
А.И. Ефремов
2020 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, утвержденным приказом ректора от 05.03.2020 г. № 133.

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:


Согласовано:
Председатель МССН


Согласовано:
Декан факультета


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

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

д.э.н., профессор
Мосейкин Ю.Н.


30.04.2020 г.


30.04.2020 г.


30.04.2020 г.

2020 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;
- планирование деятельности организации подразделений;
- 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); маркет-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 универсальные, общепрофессиональные, профессиональные компетенции.

1.7.1. Выпускник Университета должен обладать следующими универсальными компетенциями (УК):

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.

УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.

УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.

УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.

УК-6. Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.

УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.

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

ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления.

ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные

информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач.

ОПК-3 Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды.

ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций.

ОПК-5 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты.

ОПК-6. Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность.

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

ПКО-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям

ПКО-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании

ПКО-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках

ПКО-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках

ПКО-5. Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций международной компании

ПКО-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании

ПКО-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании

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 универсальные и общепрофессиональные компетенции, а также профессиональные компетенции, отнесенные к тем видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована данная программа магистратуры.

1.7.6. 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

Требования к результатам освоения образовательной программы

Образовательная программа 38.04.02 «Менеджмент», магистерская специализация «Международный маркетинг»

Вид профессиональной деятельности: - информационно-аналитическая; - организационно-управленческая; - научно-исследовательская

Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		Универсальные компетенции						
		УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, выработать командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.
Блок 1	Обязательная часть							
	Базовая компонента							
	Управленческая экономика	+						
	Методология исследования проблем управления	+						+
	Теория организации	+		+			+	

	управления							
	Современный стратегический анализ	+						
	Профессиональный иностранный язык				+	+		
	Вариативная компонента							
	Финансы организаций	+						
	Управление маркетингом в международных компаниях	+			+	+		
	Маркетинговые метрики							+
	Маркетинговый аудит							
	Международные маркетинговые стратегии	+				+		
	Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях				+	+		
	Фрагментация производства и трансграничные цепочки стоимости							
	Digital marketing							+
	Курсовая работа по дисциплине Маркетинговые						+	

	метрики							
	Курсовая работа по дисциплине Управление маркетингом в международных компаниях						+	
	Курсовая работа по дисциплине Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях						+	
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений							
	Контактный маркетинг (Touchpoints Marketing)		+				+	
	Маркетинговые методы прогнозирования	+						
	Маркетинговое планирование	+						
	Бизнес - инжиниринг							
	Анализ финансовой отчетности			+				
	Регулирование энергетических и сырьевых отраслей в							

	России							
	Экономика и организация ВЭД			+		+		
	Маркетинг в социальных сетях					+	+	
	Инновационное предпринимательство							+
	Техника ведения переговоров			+				
	Стратегии консолидации бизнеса							
	Научно-исследовательская работа		+				+	
	Преддипломная практика		+					
	Подготовка и сдача государственного экзамена						+	
Блок 2	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы		+					
	Обязательная часть							
	Производственная практика: научно-исследовательская работа	+					+	+
	Производственная практика:		+				+	

	преддипломная практика							
Блок 3	Государственная итоговая аттестация							
	Подготовка и сдача государственного экзамена						+	
	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы							+

	Наименование	Общепрофессиональные компетенции
--	---------------------	---

	дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом						
Блок 1	Обязательная часть						
	Базовая компонента						
	Управленческая экономика	+					+
	Методология исследования проблем управления		+				
	Теория организации управления	+			+		+
	Современный стратегический анализ	+	+		+		

ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления

ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач

ОПК-3 Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды

ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций

ОПК-5 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты

ОПК-6. Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность.

	Профессиональный иностранный язык						
	Вариативная компонента						
	Финансы организаций	+	+				+
	Управление маркетингом в международных компаниях	+		+	+		
	Маркетинговые метрики		+				+
	Маркетинговый аудит		+	+		+	
	Международные маркетинговые стратегии			+			
	Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях	+		+			
	Фрагментация производства и трансграничные цепочки стоимости			+	+		
	Digital marketing		+				+
	Курсовая работа по дисциплине Маркетинговые метрики	+			+		
	Курсовая работа по дисциплине	+			+		

Управление маркетингом в международных компаниях							
Курсовая работа по дисциплине Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях	+				+		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							
Контактный маркетинг (Touchpoints Marketing)					+		
Маркетинговые методы прогнозирования		+					+
Маркетинговое планирование		+			+		
Бизнес - инжиниринг		+			+		
Анализ финансовой отчетности			+				+
Регулирование энергетических и сырьевых отраслей в России		+				+	
Экономика и организация ВЭД					+		

	Маркетинг в социальных сетях						
	Инновационное предпринимательство			+	+		+
	Техника ведения переговоров	+		+			
	Стратегии консолидации бизнеса		+		+		
	Научно-исследовательская работа					+	
	Преддипломная практика	+				+	
	Подготовка и сдача государственного экзамена	+					
Блок 2	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы		+			+	
	Обязательная часть						
	Производственная практика: научно-исследовательская работа	+		+		+	
	Производственная практика: преддипломная практика	+	+	+			
	Государственная						

	итоговая аттестация						
	Подготовка и сдача государственного экзамена					+	
	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы					+	

Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		Профессиональные компетенции						
		ПКО-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям	ПКО-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлении ими на международных рынках компании	ПКО-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПКО-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПКО-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций международной компании	ПКО-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПКО-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании
Блок 1	Обязательная часть							
	Базовая компонента							
	Управленческая экономика		+	+		+		
	Методология исследования проблем управления					+		
	Теория организации управления							
	Современный стратегический анализ	+					+	
	Профессиональный иностранный язык							+
	Вариативная компонента							

	Финансы организаций	+						
	Управление маркетингом в международных компаниях			+	+	+	+	+
	Маркетинговые метрики	+						
	Маркетинговый аудит			+				+
	Международные маркетинговые стратегии		+				+	
	Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях					+		
	Фрагментация производства и трансграничные цепочки стоимости				+			+
	Digital marketing		+			+		
	Курсовая работа по дисциплине Маркетинговые метрики	+						+
	Курсовая работа по дисциплине Управление маркетингом в международных компаниях						+	+
	Курсовая работа по дисциплине Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях					+		+
	Часть, формируемая участниками образовательных							

	отношений							
	Контактный маркетинг (Touchpoints Marketing)						+	
	Маркетинговые методы прогнозирования	+						+
	Маркетинговое планирование			+	+	+	+	
	Бизнес - инжиниринг		+					
	Анализ финансовой отчетности							+
	Регулирование энергетических и сырьевых отраслей в России		+					
	Экономика и организация ВЭД						+	
	Маркетинг в социальных сетях					+		
	Инновационное предпринимательство		+					+
	Техника ведения переговоров					+		
	Стратегии консолидации бизнеса							+
	Научно-исследовательская работа	+	+					
	Преддипломная практика	+		+	+	+		
	Подготовка и сдача государственного экзамена							
Блок 2	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы							
	Обязательная часть							

	Производственная практика: научно-исследовательская работа	+						
	Производственная практика: преддипломная практика	+	+	+	+	+	+	+
Блок 3	Государственная итоговая аттестация							
	Подготовка и сдача государственного экзамена							
	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы							