

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 15.05.2026 14:34:59  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

**Экономический факультет**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП) – разработчика ОП ВО)

Утверждена на заседании Ученого  
совета РУДН протокол № 1  
от «24» января 2011 г.

Открыта приказом ректора РУДН  
№ 44-1  
от «31» января 2011 г.

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ОП ВО)**

Направление подготовки/специальность:

**38.04.02. Менеджмент**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль/специализация):

**Современный маркетинг и управление продажами**

(наименование ОП ВО)

Образовательная программа разработана в соответствии с требованиями:  
**ОС ВО РУДН**, утвержденного приказом ректора №371 от «21» мая 2021 г.

Уровень образования:

**магистратура**

(бакалавриат/специалитет/магистратура/ординатура – вписать нужное)

Квалификация выпускника:

**магистр**

(квалификация выпускника в соответствии с приказом Минобрнауки России от 12.09.2013 г. №1061)

Срок получения образования по ОП ВО:

**2,5 года**

-

(очная форма обучения)

(очно-заочная форма обучения)

(заочная форма обучения)

Сведения об особенностях реализации программы: \_\_\_\_\_

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП ВО

**Лукина А.В.**

Председатель МС

**Овчинникова О.П.**

Руководитель ОУП

**Андропова И.В.**

(подпись)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2026 г.

(подпись)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2026г.

(подпись)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2026 г.

2026

## **1. Цель (миссия) ОП ВО.**

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

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

В соответствии с миссией и целью, задачами программы являются:

- Удовлетворение запросов потребителей в качественных высокопрофессиональных востребованных кадрах в сфере маркетинга и управления продажами в соответствии с международными профессиональными и национальными стандартами;
- Формирование на базе систематических знаний компетенций специалиста, необходимых для успешной профессиональной деятельности в области профессионального маркетинга;
- Подготовка специалистов, свободно владеющих современными компьютерными технологиями, возможностями сетевых информационных ресурсов, знающих основы экономики и менеджмента, стремящихся к постоянному совершенствованию своих знаний и успевающих за динамичным развитием науки и техники.
- Формирование навыков работы в интернациональной команде с людьми разных национальностей, рас и вероисповеданий;
- Осознание социальной значимости профессиональной деятельности, воспитание деловой и нравственной культуры;
- Формирование гармонично развитой личности и подготовка специалиста, способного быть лидером, работать в команде, действовать и побеждать в условиях конкурентной среды;
- Интеграция в международное образовательное пространство с целью эффективного решения социально-экономических проблем;
- Воспитание выпускников на основе общечеловеческих ценностей, формирование кругозора, эрудиции, понимания общественной культуры, эстетического восприятия мира, научного мышления, коммуникабельности, корпоративной этике, умения вести дискуссии и отстаивания собственного мнения, понимания мировых тенденций социально-экономического развития общества.

## **2. АКТУАЛЬНОСТЬ, СПЕЦИФИКА, УНИКАЛЬНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Основная образовательная программа по направлению 38.04.02. «Менеджмент», магистерская специализация «Современный маркетинг и управление продажами» вносит свой вклад в международную конкурентоспособность и развитие потенциала университета. Главной конечной целью обучения и воспитания студентов программы «Современный маркетинг и управление продажами» является формирование разносторонней успешной личности, обладающей универсальными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями. Большое внимание уделяется профессиональной подготовке, направленной на приобретение и совершенствование практических навыков в выполнении своих обязанностей, углубление и укрепление знаний, подготовке специалистов, способных выполнять свои профессиональные обязанности, как в Российской Федерации, так и в любом регионе мира. Задачи обучения по магистерской программе «Современный маркетинг и управление продажами» таковы, что выпускники программы способны успешно конкурировать на рынке труда. Перечень универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, которыми должен обладать выпускник в результате освоения данной образовательной программы, полностью отвечает профессиональной деятельности и также удовлетворяет требованиям работодателей. Решение этих задач опирается на постоянное развитие учебно-методической, информационно-инновационной и материально-технической базы кафедр и совершенствование образовательной, научно-инновационной, международной и внеучебной работы.

Практико-ориентированный подход к обучению – одна из важнейших ценностей программы «Современный маркетинг и управление продажами». Проведение практики на базе коммерческих организаций является неотъемлемой частью учебного процесса.

Основными базами практик являются крупные международные и национальные компании различных сфер и отраслей экономики, которые заинтересованы в привлечении на работу выпускников. Также во время обучения проводятся многочисленные стажировки и мастер-классы от компаний – лидеров рынка и будущих работодателей.

Выпускники программы «Современный маркетинг и управление продажами» готовы к работе на управленческих должностях в различных функциональных подразделениях производственных и сервисных организаций, консалтинговых компаний, банков, некоммерческих и благотворительных организаций.

Карьерный рост сопровождается ростом оплаты труда, верхний предел которой для менеджеров трудно ограничить. Все зависит от карьерных амбиций, целеустремленности и трудолюбия специалиста, а также размеров и особенностей бизнеса компании

### **3. ПОТРЕБНОСТЬ РЫНКА ТРУДА В ВЫПУСКНИКАХ ДАННОЙ ОП ВО.**

В современном мире квалифицированные специалисты в области маркетинга становятся всё более востребованными. Профессии в области маркетинговой деятельности престижны и востребованы во всем мире. Спрос на таких специалистов в различных отраслях экономики продолжает расти.

В период сложной экономической ситуации именно специалисты в области маркетинга и продаж могут точно проанализировать рынок, определить необходимые для предприятия стратегии, спрогнозировать планы продаж и производства, разработать программу повышения конкурентоспособности предприятия, разработать планы продвижения, найти решения в области инноваций, внедрить антикризисные модели управления, укрепить рыночные позиции.

Среди наиболее востребованных позиций на рынке труда можно назвать следующие: менеджер по маркетингу, менеджер по развитию бизнеса, бренд-менеджер, менеджер по продажам, менеджер по маркетинговым исследованиям, PR-менеджер, менеджер по торговому маркетингу др.

Актуальность подготовки магистрантов по программе «Современный маркетинг и управлением продажами» (направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент») определяется:

- новыми подходами к управлению, ориентированными на тенденции развития современной экономики:

- необходимостью формирования подразделений маркетинга не только в бизнес-организациях, но и государственных органах;

- подготовкой востребованных кадров, владеющих знаниями, умениями и навыками в области современного маркетинга и управления продажами.

Магистерская программа дает возможность не только получить теоретические основы знаний в области маркетинга и управления продажами, но и практические навыки использования знаний в сфере маркетинга.

Потенциальными работодателями выпускников программы «Современный маркетинг и управление продажами» являются частные и государственные компании всех отраслей, осознающие необходимость внедрения новых маркетинговых подходов к управлению. Выпускники программы могут занимать должности, связанные с управлением, маркетингом и продажами, такими как, менеджер по развитию бизнеса, менеджер по маркетингу, менеджер по продажам, бренд-менеджер, аналитик, менеджер по торговому маркетингу, менеджер по рекламе и т.д.

#### **4. ОСОБЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ АБИТУРИЕНТАМ**

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о высшем образовании и о квалификации.

Университет осуществляет прием граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства на обучение по образовательным программам высшего образования на основании Правил приема в федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов» на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры на будущий учебный год.

Прием на обучение по программам магистратуры проводится на основании конкурса портфолио.

Конкурс портфолио проводится экзаменационной комиссией на основании следующих позиций, подтвержденных представленными абитуриентом документами:

##### **1) Образование**

- *Документы о базовом образовании*
- Должны быть представлены: диплом о высшем образовании (бакалавриат, специалитет или магистратура) и соответствующее приложение к нему.

##### **2) Проектно-практическая деятельность и/или научная деятельность**

- Опыт практической деятельности подтверждается копией трудовой книжки или копией трудового договора.
- Опубликованные или принятые к публикации научные работы (статьи, тезисы докладов) подтверждаются предоставлением подлинников, или ссылкой на открытый источник, или справкой из редакции о принятии к публикации

Доклады на международных и российских конференциях, научных семинарах, научных школах и т.д. подтверждаются предоставлением программы конференции или ссылкой на программу конференции в интернете.

- Участие в научно-исследовательских проектах, академических грантах подтверждается данными проекта (название, номер гранта, фонд) и контактными данными руководителя проекта.

### **3) Личные достижения**

- Дипломы и сертификаты победителей и лауреатов олимпиад и конкурсов научных работ подтверждаются предоставлением подлинников дипломов (сертификатов) для заверения копии сотрудниками Приемной комиссии. Указывается основной диплом (сертификат), который оценивается комиссией.

- Зарубежные стажировки подтверждаются справкой или электронным письмом из учебного заведения, в котором проходила стажировка. Дополняются списком прослушанных курсов.

- Именные стипендии подтверждается справкой из деканата или справкой из фонда или списком победителей стипендиального конкурса из открытого источника.

### **4) Уровень языковой подготовки**

- Подтверждается международным сертификатом (IELTS, CAE, BEC), удостоверением о повышении квалификации по иностранному языку, дипломом переводчика в сфере профессиональной коммуникации

### **5) Мотивационное письмо**

В мотивационном письме должны быть даны ответы на следующие вопросы:

- Почему вы выбрали данную магистерскую программу?
- Что в вашем базовом образовании вы считаете наиболее полезным для дальнейшей деятельности (курсы, практики, навыки, умения, знания)?
- Что вы ожидаете от обучения в магистратуре? Какие области компьютерной лингвистики вам наиболее интересны?
- Чем бы хотели заниматься после магистратуры?

По каждой из позиций портфолио абитуриент может получить от 0 до максимально возможных 20 баллов (даже в случае набора большего количества баллов по совокупности критериев), что в сумме для портфолио при максимальной оценке может составить 100 баллов.

Нижней границей оценки портфолио на основе представленных документов является 30 баллов. Поступающие, получившие более низкую оценку к конкурсному отбору не допускаются.

## **6. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ОП ВО**

6.1. ОП ВО реализуется с элементами применения электронного обучения/дистанционных образовательных технологий (телекоммуникационная учебно-информационная система -ТУИС, Яндекс Телемост).

6.2. Язык реализации ОП ВО – русский.

6.3 При необходимости ОП ВО может быть адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. Элементы

электронного обучения и дистанционные образовательные технологии, применяемые при обучении инвалидов и лиц с ОВЗ, предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

6.4. ОП ВО реализуется ФГАОУ ВО «Российским университетом дружбы народов».

6.5. Информация о планируемых базах проведения преддипломной практики и(или) НИР

<b>Практика*</b>	<b>База проведения практики</b> <i>(наименование организации, место нахождения)</i>
Преддипломная практика	Министерство экономического развития, Технополис Москва, Credendo-Ingosstrakh, Сбер, Аквасток, ОККАМ, ITE и т.д.
Практика Научно-исследовательская работы	ФГАОУ ВО «Российским университетом дружбы народов».

\* - указывается вид практики (учебная/производственная), тип практики – её наименование (ознакомительная, технологическая, НИР, преддипломная и т.д.), способ проведения (стационарная/выездная).

## **7. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ОП**

**7.1.** Области профессиональной деятельности выпускника, освоившего ОП ВО, в которых он может осуществлять свою профессиональную деятельность, включают:

- организации любой организационно-правовой форм, в которых выпускники потенциально могут работать в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления;

- структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело;

- научно-исследовательские организации, связанные с решением управленческих проблем в целевой сфере;

- учреждения системы высшего и дополнительного профессионального образования

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, являются:

– процессы управления маркетингом организаций различных организационно-правовых форм;

– процессы государственного и муниципального управления/

Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу магистратуры:

– организационно-управленческая.

– информационно-аналитическая;

При разработке и реализации программ магистратуры Университет ориентируется на конкретный вид (виды) профессиональной деятельности, к которому (которым) готовится выпускник, исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательского и материально-технического ресурса Университета.

В соответствии с видами профессиональной деятельности, установленными настоящим пунктом, организация сформировала программу магистратуры,

ориентированную на информационно-аналитический/организационно-управленческий виды профессиональной деятельности как основные.

## **7.2. Задачи профессиональной деятельности.**

Выпускник, освоивший программу магистратуры, в соответствии с видом (видами) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа магистратуры, готов решать следующие **профессиональные задачи**:

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

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

### **Информационно-аналитическая деятельность:**

- - сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
  - - построение внутренней информационной системы организации для сбора маркетинговой информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
  - - создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;
  - - разработка системы внутреннего документооборота организации;
  - - оценка эффективности проектов в сфере современного маркетинга и продаж;
  - - подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;
  - - оценка эффективности управленческих решений в сфере маркетинга;
- научно-исследовательская:
- организация проведения научных исследований: определение заданий для групп и отдельных исполнителей, выбор инструментария исследований, анализ их результатов, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования;
  - разработка моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов;
  - выявление и формулирование актуальных научных проблем;
  - подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций;

7.3. Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника ОП ВО, в соответствии с которыми разработана программа\*

Код и наименование проф. стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
08.035 Маркетолог	А	Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	6	Подготовка к проведению маркетингового исследования	А/01.6	6
				Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	А/02.6	6
	В	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	7	Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	В/01.7	7
				Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	В/02.7	7
				Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	В/03.7	7
				Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	В/04.7	7
	С	Управление маркетинговой деятельностью организации	8	Формирование маркетинговой стратегии организации	С/01.8	8

Код и наименование проф. стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
				Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации	С/02.8	8

## 8. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОП ВО

8.1. По окончании освоения ОП ВО выпускник должен обладать следующими универсальными компетенциями (УК):

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	<p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие;</p> <p>УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи;</p> <p>УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;</p> <p>УК-1.4. Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;</p> <p>УК-1.5. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте.</p>
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	<p>УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта;</p> <p>УК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения;</p> <p>УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы;</p> <p>УК-2.4. Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;</p> <p>УК-2.5. Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля.</p>

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
<p>УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p>УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;</p> <p>УК-3.2. Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели;</p> <p>УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата;</p> <p>УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды;</p> <p>УК-3.5. Аргументирует свою точку зрения относительно использования идей других членов команды для достижения поставленной цели;</p> <p>УК-3.6. Участвует в командной работе по выполнению поручений.</p>
<p>УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>УК-4.1. Выбирает стиль делового общения, в зависимости от языка общения, цели и условий партнерства;</p> <p>УК-4.2. Адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;</p> <p>УК-4.3. Осуществляет поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач на русском и иностранном языках;</p> <p>УК-4.4. Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции;</p> <p>УК-4.5. Использует диалог для сотрудничества в академической коммуникации общения с учетом личности собеседников, их коммуникативно-речевой стратегии и тактики, степени официальности обстановки;</p> <p>УК-4.6. Формирует и аргументирует собственную оценку основных идей участников диалога (дискуссии) в соответствии с потребностями совместной деятельности.</p>
<p>УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>УК-5.1. Интерпретирует историю России в контексте мирового исторического развития;</p> <p>УК-5.2. Находит и использует при социальном и профессиональном общении информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп;</p> <p>УК-5.3. Учитывает при социальном и профессиональном общении по заданной теме историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий,</p>

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	<p>включая мировые религии, философские и этические учения;</p> <p>УК-5.4. Осуществляет сбор информации по заданной теме с учетом этносов и конфессий, наиболее широко представленных в точках проведения исследования;</p> <p>УК-5.5. Обосновывает особенности проектной и командной деятельности с представителями других этносов и (или) конфессий;</p> <p>УК-5.6. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.</p>
<p>УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>УК-6.1. Контролирует количество времени, потраченного на конкретные виды деятельности;</p> <p>УК-6.2. Вырабатывает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей;</p> <p>УК-6.3. Анализирует свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения поставленной задачи;</p> <p>УК-6.4. Распределяет задачи на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и анализа ресурсов для их выполнения.</p>
<p>УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.</p>	<p>УК-7.1. Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач;</p> <p>УК-7.2. Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.</p>

8.2. По окончании освоения ОП ВО выпускник должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
<p>ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов,</p>	<p>ОПК-1.1. Обладает фундаментальными знаниями в области менеджмента;</p> <p>ОПК-1.2. Умеет использовать фундаментальные знания экономической, организационной и управленческой теории для успешного выполнения профессиональной деятельности;</p>

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
<p>обобщения и критического анализа практик управления</p>	<p>ОПК-1.3 Применяет инновационные подходы для решения управленческих задач с учетом обобщения и критического анализа передовых практик управления;</p> <p>ОПК-1.4. Владеет навыками обоснованного выбора методов решения практических и исследовательских задач</p>
<p>ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач</p>	<p>ОПК-2.1. Владеет современными техниками и методиками сбора данных, методами поиска, обработки, анализа и оценки информации для решения управленческих задач;</p> <p>ОПК-2.2. Проводит анализ и моделирование процессов управления с целью оптимизации деятельности организации;</p> <p>ОПК-2.3. Использует современные цифровые системы и методы при решении управленческих и исследовательских задач.</p>
<p>ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды</p>	<p>ОПК-3.1. Владеет методами принятия оптимальных управленческих решений в условиях динамичной бизнес-среды;</p> <p>ОПК-3.2. Принимает обоснованные организационно-управленческие решения;</p> <p>ОПК-3.3. Оценивает операционную и организационную эффективность и социальную значимость организационно-управленческих решений;</p> <p>ОПК-3.4. Обеспечивает реализацию организационно-управленческих решений в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды.</p>
<p>ОПК-4. Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития</p>	<p>ОПК-4.1. Использует современные методы, технологии и инструменты управления проектной и процессной деятельностью в компании;</p> <p>ОПК-4.2. Применяет в процессной и проектной деятельности современные практики управления, лидерские и коммуникативные навыки;</p> <p>ОПК-4.3. Выявляет и оценивает новые рыночные возможности развития инновационных направлений деятельности компании;</p> <p>ОПК-4.4.</p>

<b>Код и наименование ОПК</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	Разрабатывает на основе использования современных методов позиционирования бизнеса стратегии развития компаний и соответствующие им бизнес-модели
ОПК-5. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	ОПК-5.1. Способен разработать план научного исследования в области менеджмента на основе оценки и обобщения результатов научных трудов отечественных и зарубежных ученых ОПК-5.2. Использует современные методы, технологии и инструменты сбора информации, ее обработки и критической оценки результатов научных исследований в менеджменте; ОПК-5.3. Обладает навыками обобщения и формулирования выводов, разработки рекомендаций по результатам научного исследования в области менеджмента; ОПК-5.4. Участвует в реализации научно-исследовательских проектов в области менеджмента и смежных отраслей.
ОПК-6. Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность	ОПК-6.1. Владеет цифровыми технологиями для успешного решения профессиональных задач ОПК-6.2. Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность ОПК-6.3. Умеет применять общие или специализированные пакеты прикладных программ, предназначенных для выполнения профессиональных задач

8.3. Перечень профессиональных компетенций (ПК)\*, которыми должен обладать выпускник, полностью освоивший ОП ВО:

<b>Код и наименование ПКО</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК</b>
ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга	ПК-1.1. Знает цели, этапы и процедуры проведения маркетинговых исследований ПК-1.2. Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность ПК-1.3. Умеет оценивать экономическую и социальную эффективность маркетинговых исследований	08.035 Маркетолог

Код и наименование ПКО	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-1.4. Знает принципы интерпретации полученных результатов научных исследований в профессиональной деятельности	
ПК-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	<p>ПК-2.1 Знает, как осуществляется выбор инноваций в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)</p> <p>ПК-2.2 Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность</p> <p>ПК-2.3 Умеет проводить анализ и оценку их экономической эффективности инновационных продуктов</p> <p>ПК-2.4 Владеет методами разработки и оценки эффективности инновационных торговых-технологических, или маркетинговых, или логистических, или рекламных технологий</p>	08.035 Маркетолог
ПК-3 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	<p>ПК-3.1 Знает основные стратегические и тактические аспекты установления цен в канале товародвижения на международных рынках</p> <p>ПК-3.2 Знает особенности ценообразования на материальный и нематериальный товар на международных рынках</p> <p>ПК-3.3 Умеет разработать стратегию ценообразования с учетом рыночных факторов на международных рынках</p> <p>ПК-3.4 Владеет инструментами оценки ценности товарного предложения (соответствия цены ожиданиям рынка)</p>	08.035 Маркетолог
ПК-4 Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	<p>ПК-4.1 Знает составляющие системы товародвижения на рынке, их сущность, условия, особенности организации, функционирования и пути минимизации издержек на международных рынках</p> <p>ПК-4.2 Знает основные формы выхода компании на международный рынок</p>	08.035 Маркетолог

Код и наименование ПКО	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
	ПК-4.3 Умеет управлять процессами поставки и товародвижения на отраслевых рынках международного уровня ПК-4.4 Владеет навыками моделирования и проектирования деятельности предприятия на рынках товаров и услуг ПК-4.5. Знает основные каналы распределения и продвижения товаров в маркетинге	
ПК-5 Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-5.1 Знает основные форматы маркетинговых коммуникаций на рынке ПК-5.2 Знает специфику работы с разными инструментами продвижения на международном уровне ПК-5.3 Умеет ориентироваться в современных методах продвижения ПК-5.4 Умеет вырабатывать стратегические маркетинговые решения в области рекламы ПК-5.5 Умеет составить план рекламной кампании ПК-5.6 Владеет навыками оценки эффективности стратегии продвижения	08.035 Маркетолог
ПК-6 Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-6.1 Знает специфику работы с разными инструментами международного маркетинга ПК-6.2 Знает основы международного сбыта, международной маркетинговой коммуникации ПК-6.3 Умеет применять методы оценки эффективности решений в области международного маркетинга ПК-6.4 Умеет анализировать действие международных компаний-партнеров ПК-6.5 Владеет аналитическими, системными и коммуникационными навыками для ведения успешной деятельности в условиях быстро меняющейся международной маркетинговой среды	08.035 Маркетолог

Код и наименование ПКО	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
	ПК-6.6. Владеет навыками креативного подхода к проблемам разработки и реализации международных маркетинговых стратегий компании	
ПК-7 Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.	<p>ПК-7.1 Знает этапы международного стратегического планирования</p> <p>ПК-7.2 Знает критерии определения ключевых показателей, используемых при планировании маркетинговой деятельности предприятия на международном уровне</p> <p>ПК-7.3 Умеет формировать планы маркетинга</p> <p>ПК-7.4 Умеет разрабатывать основные бизнес-процессы предприятия, связанные с маркетинговой деятельностью</p> <p>ПК-7.5 Владеет методами разработки и реализации маркетинговых программ</p> <p>ПК-7.6 Владеет методами принятия тактических и оперативных решений в управлении маркетинговой деятельностью предприятия</p>	08.035 Маркетолог

9. МАТРИЦА КОМПЕТЕНЦИЙ, формируемых у обучающихся при освоении ОП ВО «Менеджмент », по направлению подготовки «Современный маркетинг и управление продажами»

## Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной
Б1.О.01	<b>Базовая компонента</b>							
Б1.О.01.01	Управленческая экономика	УК-1.1. УК-1.2. УК-1.3.						
Б1.О.01.02	Методология исследования проблем управления	УК-1.2. УК-1.4 УК-1.5						
Б1.О.01.03	Корпоративное управление			УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3. УК-3.4.				

## Универсальные компетенции

	<b>Универсальные компетенции</b>							
<b>Код</b>	<b>Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся</b>	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитьвать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной
				УК-3.5				
Б1.О.01.04	Глобальный стратегический менеджмент	УК-1.2. УК-1.4 УК-1.5						
Б1.О.01.05	Профессиональный иностранный язык				УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5	УК-5.1 УК-5.5		

## Универсальные компетенции

	<b>Универсальные компетенции</b>							
<b>Код</b>	<b>Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся</b>	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной
Б1.О.02	<b>Вариативная компонента</b>							
Б1.О.02.01	Анализ маркетинговой среды компании	УК-1.1. УК-1.4						
Б1.О.02.02	Маркетинговая деятельность предприятия	УК-1.1. УК-1.2. УК-1.3. УК-1.4 УК-1.5						
Б1.О.02.03	Маркетинговый аудит		УК-2.1 УК-2.3					

## Универсальные компетенции

	<b>Универсальные компетенции</b>							
<b>Код</b>	<b>Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся</b>	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной
			УК-2.4 УК-2.5					
Б1.О.02.04	Искусственный интеллект в профессиональной деятельности маркетолога							УК-7.1 УК-7.2
Б1.О.02.05	Стратегическое и оперативное маркетинговое планирование		УК-2.1 УК-2.4 УК-2.5					
Б1.О.02.06	Изучение потребителя и таргетинг в цифровой среде					УК-5.2 УК-5.3 УК-5.5		
Б1.О.02.07	Коммерческая деятельность предприятия							УК-7.1 УК-7.2

## Универсальные компетенции

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

## Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной
Б1.О.02.11	Интегрированные маркетинговые коммуникации					УК-5.2 УК-5.3 УК-5.5		
<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>								
Б1.В.ДВ.01	<b>Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)</b>							
Б1.В.ДВ.01.01	Маркетинг розничной торговли			УК-3.2 УК-3.4 УК-3.6				
Б1.В.ДВ.01.02	Категорийный маркетинг			УК-3.2 УК-3.4 УК-3.6				

## Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной
Б1.В.ДВ.02	<b>Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)</b>						
Б1.В.ДВ.02.01	Маркетинг продаж на маркетплейсах						УК-7.1 УК-7.2
Б1.В.ДВ.02.02	Основы электронной коммерции				УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-6.4		УК-7.1 УК-7.2
Б1.В.ДВ.03	<b>Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)</b>						
Б1.В.ДВ.03.01	Маркетинг продукта		УК-2.2 УК-2.3 УК-2.5				
Б1.В.ДВ.03.02	Товарные стратегии предприятия		УК-2.2				

## Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной
			УК-2.3 УК-2.5					
Б1.В.ДВ.04	<b>Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)</b>							
Б1.В.ДВ.04.01	Международные маркетинговые стратегии				УК-4.1 УК-4.3 УК-4.4			
Б1.В.ДВ.04.02	Кросскультурный маркетинг				УК-4.1 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5			
Б1.В.ДВ.05	<b>Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)</b>							

## Универсальные компетенции

	Универсальные компетенции							
Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной	
Б1.В.ДВ.05.01	Управление клиентской лояльностью			УК-3.2 УК-3.4 УК-3.6				
Б1.В.ДВ.05.02	Современные технологии продаж	УК-1.1. УК-1.2. УК-1.3. УК-1.4 УК-1.5		УК-3.1 УК-3.2 УК-3.4 УК-3.5 УК-3.6			УК-7.1 УК-7.2	
Б1.В.ДВ.06	<b>Дисциплины (модули) по выбору 6 (ДВ.6)</b>							
Б1.В.ДВ.06.01	Продвижение на промышленных рынках					УК-6.1 УК-6.2		

## Универсальные компетенции

	<b>Универсальные компетенции</b>							
<b>Код</b>	<b>Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся</b>	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной
Б1.В.ДВ.06.02	Стратегии продаж на рынках B2B						УК-6.4 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3	
Блок 2.Практика								
Б2.О.01.01(Н)	НИРМ	УК-1.1. УК-1.2. УК-1.3. УК-1.4 УК-1.5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4 УК-2.5				УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-6.4	УК-7.1 УК-7.2
Б2.О.01.02(Пд)	Преддипломная практика	УК-1.1.	УК-2.1					

## Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной
		УК-1.2. УК-1.3. УК-1.4 УК-1.5	УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4 УК-2.5					
Блок 3. Государственная итоговая аттестация								
Б3.01(Г)	Подготовка и сдача государственного экзамена	УК-1.1. УК-1.2. УК-1.3. УК-1.4 УК-1.5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4 УК-2.5		УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-4.6	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4 УК-5.5 УК-5.6	УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-6.4	УК-7.1 УК-7.2

## Универсальные компетенции

	<b>Универсальные компетенции</b>							
<b>Код</b>	<b>Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся</b>	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной
Б3.02(Д)	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	УК-1.1. УК-1.2. УК-1.3. УК-1.4 УК-1.5	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4 УК-2.5	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3. УК-3.4 УК-3.5 УК-3.6	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.4 УК-4.5 УК-4.6	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4 УК-5.5 УК-5.6	УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-6.4	УК-7.1 УК-7.2
<b>ФТД.Факультативные дисциплины</b>								
ФТД.01	История религий России					УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4 УК-5.5		

## Универсальные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УК-1. Способен осуществлять 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)	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной
ФТД.02	Информационные базы данных					УК-5.6		УК-7.1 УК-7.2

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-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	
Б1.О.01	<b>Базовая компонента</b>						
Б1.О.01.01	Управленческая экономика	ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4					
Б1.О.01.02	Методология исследования проблем управления					ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3	
Б1.О.01.03	Корпоративное управление	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3		ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3			
Б1.О.01.04	Глобальный стратегический менеджмент			ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.4	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.4		
Б1.О.01.05	Профессиональный иностранный язык						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-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	
Б1.О.02	<b>Вариативная компонента</b>						
Б1.О.02.01	Анализ маркетинговой среды компании					ОПК-5.2	
Б1.О.02.02	Маркетинговая деятельность предприятия	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4				ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-5.4	
Б1.О.02.03	Маркетинговый аудит				ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-4.4		
Б1.О.02.04	Искусственный интеллект в профессиональной деятельности маркетолога						ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
Б1.О.02.05	Стратегическое и оперативное маркетинговое планирование			ОПК-3.1 ОПК-3.2			

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-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-3.3			
Б1.О.02.06	Изучение потребителя и таргетинг в цифровой среде		ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3				
Б1.О.02.07	Коммерческая деятельность предприятия			ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4			
Б1.О.02.08	Ценообразование в маркетинге		ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3				
Б1.О.02.09	Управление цепями дистрибуции						ОПК-6.1 ОПК-6.2

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-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-6.3
Б1.О.02.10	Управление результативностью маркетинга					ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-5.4	
Б1.О.02.11	Интегрированные маркетинговые коммуникации			ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4			
<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>							
Б1.В.ДВ.01	<b>Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)</b>						
Б1.В.ДВ.01.01	Маркетинг розничной торговли						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-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
Б1.В.ДВ.01.02	Категорийный маркетинг						
Б1.В.ДВ.02	<b>Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)</b>						
Б1.В.ДВ.02.01	Маркетинг продаж на маркетплейсах						
Б1.В.ДВ.02.02	Основы электронной коммерции						
Б1.В.ДВ.03	<b>Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)</b>						
Б1.В.ДВ.03.01	Маркетинг продукта						
Б1.В.ДВ.03.02	Товарные стратегии предприятия						
Б1.В.ДВ.04	<b>Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)</b>						
Б1.В.ДВ.04.01	Международные маркетинговые стратегии						
Б1.В.ДВ.04.02	Кросскультурный маркетинг						
Б1.В.ДВ.05	<b>Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)</b>						
Б1.В.ДВ.05.01	Управление клиентской лояльностью						
Б1.В.ДВ.05.02	Современные технологии продаж						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-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	
Б1.В.ДВ.06	<b>Дисциплины (модули) по выбору 6 (ДВ.6)</b>						
Б1.В.ДВ.06.01	Продвижение на промышленных рынках						
Б1.В.ДВ.06.02	Стратегии продаж на рынках B2B						
Блок 2. Практика							
Б2.О.01	Вариативная компонента						
Б2.О.01.01(Н)	НИРМ	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3			ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-5.4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
Б2.О.01.02(Пд)	Преддипломная практика		ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4			ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-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	
<b>Блок 3. Государственная итоговая аттестация</b>							
БЗ.01(Г)	Подготовка и сдача государственного экзамена	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-4.4	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-5.4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
БЗ.02(Д)	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-4.4	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-5.4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
<b>ФТД. Факультативные дисциплины</b>							
ФТД.01	История религий России						
ФТД.02	Информационные базы данных						

## Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
Б1.О.01	<b>Базовая компонента</b>							
Б1.О.01.01	Управленческая экономика							
Б1.О.01.02	Методология исследования проблем управления							
Б1.О.01.03	Корпоративное управление							
Б1.О.01.04	Глобальный стратегический менеджмент							
Б1.О.01.05	Профессиональный иностранный язык							

## Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5. Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
Б1.О.02	<b>Вариативная компонента</b>							
Б1.О.02.01	Анализ маркетинговой среды компании	ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4						
Б1.О.02.02	Маркетинговая деятельность предприятия							
Б1.О.02.03	Маркетинговый аудит				ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.5			
Б1.О.02.04	Искусственный интеллект в профессиональной деятельности маркетолога		ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.4					

## Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
Б1.О.02.05	Стратегическое и оперативное маркетинговое планирование							ПК-7.1 ПК-7.3 ПК-7.4
Б1.О.02.06	Изучение потребителя и таргетинг в цифровой среде	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.4						
Б1.О.02.07	Коммерческая деятельность предприятия							ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5

## Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
Б1.О.02.08	Ценообразование в маркетинге				ПК-4.1 ПК-4.3 ПК-4.5			ПК-7.6
Б1.О.02.09	Управление цепями дистрибуции				ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3			
Б1.О.02.10	Управление результативностью маркетинга							ПК-7.1 ПК-7.3 ПК-7.4
Б1.О.02.11	Интегрированные маркетинговые коммуникации					ПК-5.1 ПК-5.2		

## Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
Часть, формируемая участниками образовательных отношений					ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6			
Б1.В.ДВ.01	<b>Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)</b>							
Б1.В.ДВ.01.01	Маркетинг розничной торговли				ПК-4.1			ПК-7.3

## Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5. Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
					ПК-4.3 ПК-4.4			ПК-7.4 ПК-7.6
Б1.В.ДВ.01.02	Категорийный маркетинг				ПК-4.1 ПК-4.3 ПК-4.4			ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.6
Б1.В.ДВ.02	<b>Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)</b>							
Б1.В.ДВ.02.01	Маркетинг продаж на маркетплейсах		ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.4					ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5
Б1.В.ДВ.02.02	Основы электронной коммерции		ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.4					ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5

## Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
Б1.В.ДВ.03	<b>Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)</b>							
Б1.В.ДВ.03.01	Маркетинг продукта			ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.4	ПК-4.1 ПК-4.3 ПК-4.5			
Б1.В.ДВ.03.02	Товарные стратегии предприятия			ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5			
Б1.В.ДВ.04	<b>Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)</b>							
Б1.В.ДВ.04.01	Международные маркетинговые стратегии				ПК-5.1 ПК-5.2	ПК-6.1 ПК-6.2		

## Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
						ПК-5.3	ПК-6.3	
Б1.В.ДВ.04.02	Кросскультурный маркетинг					ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3	
Б1.В.ДВ.05	<b>Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)</b>							
Б1.В.ДВ.05.01	Управление клиентской лояльностью	ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4				ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3		
Б1.В.ДВ.05.02	Современные технологии продаж							
Б1.В.ДВ.06	<b>Дисциплины (модули) по выбору 6 (ДВ.6)</b>							
Б1.В.ДВ.06.01	Продвижение на промышленных рынках			ПК-3.2 ПК-3.3			ПК-6.4 ПК-6.5	

## Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
Б1.В.ДВ.06.02	Стратегии продаж на рынках B2B			ПК-3.4			ПК-6.6	
Блок 2.Практика				ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-3.4			ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6	
Б2.О.01.01(Н)	НИРМ	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-3.4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5			
Б2.О.01.02(Пд)	Преддипломная практика				ПК-4.1			ПК-7.1

## Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
					ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4			ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Блок 3. Государственная итоговая аттестация								
Б3.01(Г)	Подготовка и сдача государственного экзамена	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4	ПК-2.1 ПК-2.3 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-3.4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6

## Профессиональные компетенции

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга соответствующего последним мировым тенденциям	ПК-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлению ими на международных рынках компании	ПК-3. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию стратегии ценообразования на международных рынках	ПК-4. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках	ПК-5. Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках	ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7. Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании.
БЗ.02(Д)	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4	ПК-2.1 ПК-2.3 ПК-2.3 ПК-2.4	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-3.4	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5	ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6	ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6	ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
	<b>ФТД.Факультативные дисциплины</b>							
ФТД.01	История религий России							
ФТД.02	Информационные базы данных							