

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.05.2024 16:03:36
Уникальный программный ключ:
ca953a0120a891083f939673078ef1a989dae18a
(наименование основного учебного подразделения (ОУП) – разработчика ОП ВО)

Экономический факультет

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):

Международный маркетинг

(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 года

(очная форма обучения)

(очно-заочная форма обучения)

(заочная форма обучения)

Сведения об особенностях реализации программы: _____

СОГЛАСОВАНО:

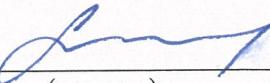
Руководитель ОП ВО
к.э.н., проф. Зобов А.М.


(подпись)
«___» _____ 2024 г.

Председатель МССН
д.э.н., проф.
Ефремов В.С.


(подпись)
«___» _____ 2024г.

Руководитель ОУП
д.э.н., проф.
Андронова И.В.


(подпись)
«___» _____ 2024 г.

2024

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.

Задачи развития образовательной программы по направлению подготовки 38.04.02. «Менеджмент»:

- 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 международной команде слюдьми 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 «Международный маркетинг» вносит свой вклад в международную конкурентоспособность и развитие потенциала университета.

Программа «Международный маркетинг» призвана дать необходимые навыки для успешной работы в среде современного международного маркетинга, научить студентов решать конкретные маркетинговые задачи в условиях глобальной конкуренции. Выпускники программы будут способны эффективно действовать в службах и департаментах маркетинга, ведущих российских и транснациональных компаний, принимать участие в разработке и реализации маркетинговых стратегий этих компаний. Их профессиональная деятельность будет обеспечиваться полученными компетенциями в области стратегического маркетинга, электронного маркетинга, международного брендинга, программ продвижения, учитывающих особенности конкретных национальных рынков.

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.

Данная программа нацелена на интеграцию международного опыта продвижения товаров и услуг с практикой рыночной деятельности известных зарубежных компаний (Nestle, Danone, Coca-Cola, Adidas) в условиях российской экономики. Студентам предоставляется возможность освоить специальные разделы маркетинга на продвинутом уровне, включая маркетинговый аудит, стратегические альянсы (кобрендинг), маркетинговые метрики, разработку корпоративных сайтов, краудсорсинг, торговый маркетинг, глобальные торговые сети и т.д.

Практическая ориентация программы реализуется за счет проведения большого числа мастер-классов, активного привлечения к преподаванию специалистов по маркетингу из российских и международных компаний.

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.

3. ПОТРЕБНОСТЬ РЫНКА ТРУДА В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ПО ПРОФИЛЮ 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.

Рынок товаров и услуг становится шире и многообразнее, заметно увеличивается конкуренция во всех сферах. Технологии продвижения и способы продаж с каждым годом усложняются, простые решения постепенно перестают работать. Маркетолог становится незаменимым сотрудником практически в любой компании. Маркетолог — это специалист, который анализирует целевую аудиторию, рынок товаров и услуг, конкурентов, на основе этого разрабатывает стратегию развития продукта для повышения его узнаваемости и привлекательности.

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; маркетолог-аналитик; специалист по международному маркетингу и др.

Преимущества профессии маркетолога:

- Востребованная профессия на рынке труда. Без маркетинговых усилий сложно что-либо продать, поэтому специалисты на рынке труда очень востребованы разных сферах деятельности.

- Широкие возможности для карьерного роста. В маркетинге сосредоточено большое количество специализаций, можно найти профессию, исходя из своих сильных навыков. А также можно быстро вырасти не только до руководителя отдела, но и директора компании.

- Творческая работа. Задачи по разработке стратегий продвижения и выстраивания каналов коммуникаций никогда не бывают идентичными в разных компаниях. Также специалист часто использует нестандартное мышление и экспериментирует в работе.

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 (далее - граждане, лица, поступающие, абитуриенты) на обучение по образовательным программам высшего образования на основании Правил приема в федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов» на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры на будущий учебный год.

Вступительное испытание в магистратуру Экономического факультета РУДН проводится в форме портфолио (конкурса документов), в соответствии расписанием, утвержденным приказом ректора РУДН.

Для прохождения конкурсного отбора абитуриенты представляют два пакета документов: первый пакет формирует личное дело абитуриента и содержит документы, указанные в Правилах приёма в ФГАОУ ВО «РУДН» для поступающих на обучение по образовательным программам высшего образования – программам магистратуры в 2022 году (далее – Правила). Второй пакет представляет собой собственно 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 каждая 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 электронного обучения/дистанционных образовательных технологий ТУИС, ТИМС.

6.2. Язык реализации ОП ВО – Образовательная деятельность по программе магистратуры осуществляется на государственном языке Российской Федерации, русский

6.3. Программа может быть *адаптирована для обучения* инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. При обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии должны предусматривать возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

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

6.5. Информация о планируемых базах проведения учебных/производственных практик и(или) НИР

Практика*	База проведения практики (наименование организации, место нахождения)
Учебная практика Научно-исследовательская работа (по получению первичных навыков научно- исследовательской работы)	ФГАОУ ВО «Российским университетом дружбы народов».
Преддипломная практика	Coca-Cola Hellenic, Johnson&Johnson (Consumer Division), ООО «Сан-Сан, Nestle, Kraft Foods Rus
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. Область(-и) и/или сфера(-ы) профессиональной деятельности выпускника, освоившего ОП ВО, в которой(-ых) он может осуществлять свою профессиональную деятельность:

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, включает:

- Управление маркетинговой деятельностью организаций;
- Разработку и реализацию маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- Технологию проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, являются:

процессы управления маркетингом в компаниях различных организационно-правовых форм, а также размеров (малый, средний, крупный бизнеса).

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**:

информационно-аналитическая деятельность:

поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия маркетинговых решений; анализ существующих форм продвижения и организации системы продаж, разработка и обоснование предложений по ее совершенствованию;

организационно-управленческая деятельность:

управление компаниями, коммерческими и маркетинговыми подразделениями и командами, нацеленными на вывод нового товара на рынок; разработка маркетинговых стратегий высокотехнологичных продуктов

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 Профессиональный стандарт «Организация и управление маркетинговой деятельностью», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 № 366н.	A	Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	6	Подготовка к проведению маркетингового исследования	A/01.6	6
				Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	A/02.6	6
08.035 Профессиональный стандарт «Организация и управление маркетинговой деятельностью», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 № 366н..	B	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 Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	B/01.7 B/02.7	7 7

Код и наименование проф. стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
				Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	B/03.7	7
				Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	B/04.7	7
08.035 Профессиональный стандарт «Организация и управление маркетинговой деятельностью», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 № 366н..	C	Управление маркетинговой деятельностью организации	8	Формирование маркетинговой стратегии организации Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации	C/01.8 C/02.8	8

* - формулировка трудовых функций принимается из соответствующих Профессиональных стандартов(при наличии).

8. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОП ВО

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

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
-----------------------	--

<p>УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</p>	<p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.4. Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования; 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>
<p>УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p>	<p>УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта; УК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения; УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы; 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; 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
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	<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>
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия	<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>
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	<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 окультурных 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>
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	<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>
УК-7. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных	<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>

5.1. По окончанию освоения ОП ВО выпускник должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управлеченческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	<p>ОПК-1.1. Обладает фундаментальными знаниями в области менеджмента;</p> <p>ОПК-1.2. Умеет использовать фундаментальные знания экономической, организационной и управлеченческой теории для успешного выполнения профессиональной деятельности;</p> <p>ОПК-1.3 Применяет инновационные подходы для решения управлеченческих 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>
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 управлеченческих и исследовательских задач	<p>ОПК-2.1. Владеет современными техниками и методиками сбора данных, методами поиска, обработки, анализа и оценки информации для решения управлеченческих 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 управлеченческих и исследовательских задач.</p>
ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управлеченческие 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>ОПК-3.1. Владеет методами принятия оптимальных управлеченческих решений в условиях динамичной бизнес-среды;</p> <p>ОПК-3.2. Принимает обоснованные организационно-управлеченческие решения;</p> <p>ОПК-3.3. Оценивает операционную и организационную эффективность и социальную значимость организационно-управлеченческих решений;</p> <p>ОПК-3.4. Обеспечивает реализацию организационно-управлеченческих решений в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды.</p>
ОПК-4. Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и	<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>

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	ОПК-4.3. Выявляет и оценивает новые рыночные возможности развития инновационных направлений деятельности компаний; ОПК-4.4. 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

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

Код и наименование ПКО	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
ПК-1. Способен к проведению маркетингового исследования с учетом влияния международной маркетинговой	ПК-1.1. Знает цели, этапы и процедуры проведения маркетинговых исследований ПК-1.2. Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность	08.035 Профессиональный стандарт «Организация и управление маркетинговой деятельностью»

Код и наименование ПКО	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
среды с использованием инструментов модифицированного комплекса маркетинга, соответствующего последним мировым тенденциям	<p>ПК-1.3. Умеет оценивать экономическую и социальную эффективность маркетинговых исследований</p> <p>ПК-1.4. Знает принципы интерпретации полученных результатов научных исследований в профессиональной деятельности</p>	
ПК-2. Способен к разработке и внедрению инновационных товаров и нематериальных активов и управлении ими на международных рынках компаний	<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 торгово-технологических, или маркетинговых, или логистических, или рекламных технологий</p>	08.035 Профессиональный стандарт «Организация и управление маркетинговой деятельностью»
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. Организует деятельность творческих коллективов (команд) для решения организационно-управленческих задач и руководит ими</p>	08.035 Профессиональный стандарт «Организация и управление маркетинговой деятельностью»

Код и наименование ПКО	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
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> <p>ПК-4.3. Умеет управлять процессами поставки и товародвижения на отраслевых рынках международного уровня</p> <p>ПК-4.4 Владеет навыками моделирования и проектирования деятельности предприятия на международных рынках товаров и услуг</p> <p>ПК-4.5 Знает основные каналы распределения и продвижения товаров в международном маркетинге</p>	<p>08.037 – Бизнес-аналитик</p> <p>08.035 Профессиональный стандарт «Организация и управление маркетинговой деятельностью»</p>
ПК-5. Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций международной компании	<p>ПК-5.1. Знает основные форматы маркетинговых коммуникаций на международных рынках</p> <p>ПК-5.2. Знает специфику работы с разными инструментами продвижения на международном уровне</p> <p>ПК-5.3. Умеет ориентироваться в современных методах продвижения на международных рынках</p> <p>ПК-5.4. Умеет вырабатывать стратегические маркетинговые решения в области рекламы</p> <p>ПК-5.5. Умеет составить план рекламной кампании</p> <p>ПК-5.6. Владеет навыками оценки эффективности стратегии продвижения на международных рынках</p>	<p>08.035 Профессиональный стандарт «Организация и управление маркетинговой деятельностью»</p>
ПК-6. Способен управлять маркетинговой деятельностью международной	<p>ПК-6.1. Знает специфику работы с разными инструментами международного маркетинга</p> <p>ПК-6.2. Знает основы международного сбыта, международной маркетинговой</p>	<p>08.035 Профессиональный стандарт «Организация и управление</p>

Код и наименование ПКО	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
компании	<p>коммуникации</p> <p>ПК-6.3. Умеет применять методы оценки эффективности решений в области международного маркетинга</p> <p>ПК-6.4. Умеет анализировать действие компаний-международных партнеров</p> <p>ПК-6.5. Владеет аналитическими, системными и коммуникационными навыками для ведения успешной деятельности в условиях быстро меняющейся международной маркетинговой среды</p> <p>ПК-6.6. Владеет навыками креативного подхода к проблемам разработки и реализации международных маркетинговых стратегий компаний</p>	маркетинговой деятельностью»
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 Профессиональный стандарт «Организация и управление маркетинговой деятельностью»

* - ПКО формулирует разработчик программы с учетом требований профессиональных стандартов и направленности ОП ВО.

9. МАТРИЦА КОМПЕТЕНЦИЙ, формируемых у обучающихся при освоении ОП ВО «Управление персоналом в кросскультурной среде», по направлению подготовки 38.04.02 «Международный маркетинг»

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		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 определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	УК-7.. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании полученных данных, строить логические
Блок 1.	Дисциплины (модули)	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
Б1.О.01	Базовая компонента	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5		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
Б1.О.01.01	Управленческая экономика	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		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 определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.
51.0.01.02	Методология исследования проблем управления	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5					УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-6.4
51.0.01.03	Теория организации управления	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5		УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 УК-3.5 УК-3.6			УК-7.1 УК-7.2
51.0.01.04	Современный стратегический анализ	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5					
51.0.01.ДВ.01	Иностранный язык в профессиональной деятельности / Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности				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-7. Способен:
искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученным из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач;
проводить оценку информации, ее достоверности, строить логические выводы на основании поступающих информации и данных.

УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ								
Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	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 определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	
Б1.О.01.ДВ.01.01	Профессиональный иностранный язык				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		
Б1.О.01.ДВ.01.02	Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности							
Б1.О.02	Вариативная компонента	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5			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
Б1.О.02.01	Финансы организаций	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5						

УК-7. Способен:
искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач;

проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические выводы;

заключения на основании поступающих информаций и данных.

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		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 определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	УК-7. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач, проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании получающих информации и данных.
Б1.0.02.02	Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов)					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
Б1.0.02.03	Оперативное маркетинговое планирование							УК-7.1 УК-7.2

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		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 определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.
Б1.0.02.04	Маркетинговый аудит						
Б1.0.02.05	Фрагментация производства и трансграничные цепочки стоимости						
Б1.0.02.06	Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях			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. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач;
Б1.0.02.07	Digital marketing					УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4 УК-5.5 УК-5.6	УК-7. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач;
Б1.0.02.08	Международные маркетинговые стратегии					УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4 УК-5.5 УК-5.6	УК-7. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач;

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		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 определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	УК-7. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученным из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверности, строить логические заключения на основании поступающих информационных данных.
Б1.0.03	Проектный модуль							
Б1.0.03.01	Индивидуальный проект по маркетинговому планированию							
Б1.0.03.02	Междисциплинарный групповой проект по международному маркетингу							
	Часть формируемая участниками образовательных отношений	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-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	
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)		УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4 УК-2.5					

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		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 определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.
Б1.В.ДВ.01.01	Контактный маркетинг (Touchpoints Marketing)	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4 УК-2.5					
Б1.В.ДВ.01.02	Маркетинговые методы прогнозирования	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5					
Б1.В.ДВ.01.03	Маркетинговая аналитика на основе Big Data						
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5					

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		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 определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.
Б1.В.ДВ.02.01	Разработка бизнес стратегий в международных компаниях	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5					
Б1.В.ДВ.02.02	Анализ финансовой отчетности						
Б1.В.ДВ.02.03	Экономика энергетических и сырьевых отраслей России						
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)			УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 УК-3.5 УК-3.6			
Б1.В.ДВ.03.01	Инфографика и технологии презентации в корпорациях			УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 УК-3.5	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4 УК-5.5		

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		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 определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.
Б1.В.ДВ.03.02	Изучение потребителя и таргетинг в соцсетях			УК-3.6	УК-5.6	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 УК-5.4 УК-5.5 УК-5.6	
Б1.В.ДВ.03.03	Инновационное предпринимательство					УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3 УК-6.4	УК-7.1 УК-7.2
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)		УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 УК-3.5 УК-3.6				УК-7.1 УК-7.2
Б1.В.ДВ.04.01	Техника ведения переговоров		УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 УК-3.5				УК-7.1 УК-7.2

УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ								
Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся							
			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.
Б1.В.ДВ.04.02	Международные стратегические альянсы в маркетинге				УК-3.6			УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.
Б1.В.ДВ.04.03	Моделирование и оценка потребительских предпочтений в реальных компаниях							УК-7.. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверности, строить логические заключения на основании поступающих информаций и данных.
Блок 2.	Практика		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
Б2.0	Обязательная часть		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
Б2.0.01	Вариативная компонента		УК-2.1 УК-2.2				УК-6.1 УК-6.2	УК-7.1 УК-7.2

УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ							
Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	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 определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.
52.0.01.01(Н)	Научно-исследовательская работа	УК-2.3 УК-2.4 УК-2.5					УК-6.3 УК-6.4
52.0.01.02(Пд)	Преддипломная практика	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
Блок 3.	Государственная итоговая аттестация	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4 УК-2.5					
53.01(Г)	Подготовка к сдаче 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-7.1 УК-7.2

УК-7. Способен:
искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученным из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач;

проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические выводы;

умозаключения на основании поступающих информации и данных.

		УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	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 определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	УК-7. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученным из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверности, строить логические выводы на основании поступающих информационных данных.
Б3.02(Д)	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4 УК-2.5						
К.М.	Комплексные модули							
К.М.01	Модуль 1							
ФТД.	Факультативные дисциплины							
ФТД.01	Профессиональный иностранный язык (факультатив)							
ФТД.02	Адаптивный курс по русскому языку для иностранных студентов							

		УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
Код		Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся					
ФТД.03	Адаптивный курс по основам экономики	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 определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.
ФТД.04	Адаптивный курс по основам менеджмента	УК-7. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверности, строить логические заключения на основании поступающих информации и данных.					

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1.	ОПК-2.	ОПК-3.	ОПК-4.	ОПК-5.	ОПК-6.
Блок 1.	Дисциплины (модули)	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
Б1.0	Обязательная часть	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
Б1.0.01	Базовая компонента	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-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-5.4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
Б1.0.01.01	Управленческая экономика	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4					ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
Б1.0.01.02	Методология исследования проблем управления		ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3				
Б1.0.01.03	Теория организации управления	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3		ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3		ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3	

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1.	ОПК-2.	ОПК-3.	ОПК-4.	ОПК-5.	ОПК-6.
		ОПК-1.4	ОПК-1.4	ОПК-3.4	ОПК-4.4	ОПК-5.4	ОПК-6.3
Б1.0.01.04	Современный стратегический анализ	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
Б1.0.01.ДВ.01	Иностранный язык в профессиональной деятельности / Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности						
Б1.0.01.ДВ.01.01	Профессиональный иностранный язык						
Б1.0.01.ДВ.01.02	Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности						
Б1.0.02	Вариативная компонента	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
Б1.0.02.01	Финансы организаций	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3				ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
Б1.0.02.02	Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов)		ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3				ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
Б1.0.02.03	Оперативное маркетинговое планирование	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4		ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-4.4		

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1.	ОПК-2.	ОПК-3.	ОПК-4.	ОПК-5.	ОПК-6.
51.0.02.04	Маркетинговый аудит	ОПК-1. Способен применять при решении профессиональных задач знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной, управленической, социологической, психологической теорий и права, обобщать и критически оценивать существующие передовые практики и результаты научных исследований по управлению персоналом и в смежных областях	ОПК-2. Способен применять комплексный подход к сбору данных, продвинутые методы их обработки и анализа при решении исследовательских задач.	ОПК-3. Способен разрабатывать и обеспечивать реализацию стратегии, политик и технологий управления персоналом организации в динамичной среде и оценивать их социальную и экономическую эффективность	ОПК-4. Способен проектировать организационные изменения, руководить проектной и процессной деятельностью и подразделением организации	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-5.4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
51.0.02.05	Фрагментация производства и трансграничные цепочки стоимости	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4	ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4	ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3 ОПК-4.4		
51.0.02.06	Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3 ОПК-1.4		ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4			
51.0.02.07	Digital marketing						
51.0.02.08	Международные маркетинговые стратегии			ОПК-3.1 ОПК-3.2 ОПК-3.3 ОПК-3.4			
51.0.03	Проектный модуль						

ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ							
Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОПК-1. Способен применять при решении профессиональных задач знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной, управленической, социологической, психологической теорий и права, обобщать и критически оценивать существующие передовые практики и результаты научных исследований по управлению персоналом и в смежных областях	ОПК-2. Способен применять комплексный подход к сбору данных, продвинутые методы их обработки и анализа при решении управленческих исследовательских задач.	ОПК-3. Способен разрабатывать и обеспечивать реализацию стратегии, политик и технологий управления персоналом организации в динамичной среде и оценивать их социальную и экономическую эффективность	ОПК-4. Способен проектировать организационные изменения, руководить проектной и процессной деятельностью и подразделением организации	ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-6. Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность
Б1.0.03.01	Индивидуальный проект по маркетинговому планированию						
Б1.0.03.02	Междисциплинарный групповой проект по международному маркетингу						
Б1.В	Часть формируемая участниками образовательных отношений					ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3 ОПК-5.4	ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)						
Б1.В.ДВ.01.01	Контактный маркетинг (Touchpoints Marketing)						
Б1.В.ДВ.01.02	Маркетинговые методы прогнозирования						
Б1.В.ДВ.01.03	Маркетинговая аналитика на основе Big Data						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		ОПК-1.	ОПК-2.	ОПК-3.	ОПК-4.	ОПК-5.	ОПК-6.
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)	Способен применять при решении профессиональных задач знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной, управлентической, социологической, психологической теорий и права, обобщать и критически оценивать существующие передовые практики и результаты научных исследований по управлению персоналом и в смежных областях	Способен применять комплексный подход к сбору данных, продвинутые методы их обработки и анализа при решении исследовательских задач.	Способен разрабатывать и обеспечивать реализацию стратегии, политик и технологий управления персоналом организации в динамичной среде и оценивать их социальную и экономическую эффективность	Способен проектировать организационные изменения, руководить проектной и процессной деятельностью и подразделением организации	Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность
Б1.В.ДВ.02.01	Разработка бизнес стратегий в международных компаниях						
Б1.В.ДВ.02.02	Анализ финансовой отчетности						
Б1.В.ДВ.02.03	Экономика энергетических и сырьевых отраслей России						
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)						
Б1.В.ДВ.03.01	Инфографика и технологии презентации в корпорациях						
Б1.В.ДВ.03.02	Изучение потребителя и таргетинг в соцсетях						
Б1.В.ДВ.03.03	Инновационное предпринимательство						

		ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	<p>ОПК-1. Способен применять при решении профессиональных задач знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной, управлентической, социологической, психологической теорий и права, обобщать и критически оценивать существующие передовые практики и результаты научных исследований по управлению персоналом и в смежных областях</p>			<p>ОПК-2. Способен применять комплексный подход к сбору данных, продвинутые методы их обработки и анализа при решении управлентических исследовательских задач.</p>		
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)						
Б1.В.ДВ.04.01	Техника ведения переговоров						
Б1.В.ДВ.04.02	Международные стратегические альянсы в маркетинге						
Б1.В.ДВ.04.03	Моделирование и оценка потребительских предпочтений в реальных компаниях						
Блок 2.	Практика						
Б2.0	Обязательная часть						
Б2.0.01	Вариативная компонента						
Б2.0.01(Н)	Научно-исследовательская работа						
		ОПК-3. Способен разрабатывать и обеспечивать реализацию стратегии, политик и технологий управления персоналом организации в динамичной среде и оценивать их социальную и экономическую эффективность					
		ОПК-4. Способен проектировать организационные изменения, руководить проектной и процессной деятельностью и подразделением организации					
		ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач					
		ОПК-6. Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность					

ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ							
Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОПК-1. Способен применять при решении профессиональных задач знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной, управленической, социологической, психологической теорий и права, обобщать и критически оценивать существующие передовые практики и результаты научных исследований по управлению персоналом и в смежных областях	ОПК-2. Способен применять комплексный подход к сбору данных, продвинутые методы их обработки и анализа при решении управленческих исследовательских задач.	ОПК-3. Способен разрабатывать и обеспечивать реализацию стратегии, политик и технологий управления персоналом организации в динамичной среде и оценивать их социальную и экономическую эффективность	ОПК-4. Способен проектировать организационные изменения, руководить проектной и процессной деятельностью и подразделением организации	ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-6. Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность
Б2.О.01.02(Пд)	Преддипломная практика	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3				ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3	
Блок 3.	Государственная итоговая аттестация						
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена		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
Б3.02(Д)	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы						
К.М.	Комплексные модули						
К.М.01	Модуль 1						
ФТД.	Факультативные дисциплины						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		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
Блок 1.	Дисциплины (модули)	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	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
		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	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
Б1.О	Обязательная часть	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	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
Б1.О.01	Базовая компонента	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-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
Б1.О.01.01	Управленческая экономика			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-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

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		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 управлением 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 международной компании	ПК-6 Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7 Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании
Б1.О.01.02	Методология исследования проблем управления					ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6		
Б1.О.01.03	Теория организации управления							
Б1.О.01.04	Современный стратегический анализ	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4				ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6		
Б1.О.01.ДВ.01	Иностранный язык в профессиональной деятельности / Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности							ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б1.О.01.ДВ.01.01	Профессиональный иностранный язык							ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		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
Б1.О.01.ДВ.01.02	Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности							
Б1.0.02	Вариативная компонента	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	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
Б1.0.02.01	Финансы организаций	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4						
Б1.0.02.02	Маркетинговые метрики (эффективность маркетинговых проектов)	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4						
Б1.0.02.03	Оперативное маркетинговое планирование			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-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
							ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6	

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		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 управлением 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 международной компании	ПК-6 Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7 Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании
Б1.0.02.04	Маркетинговый аудит			ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3 ПК-3.4				ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б1.0.02.05	Фрагментация производства и трансграничные цепочки стоимости				ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5			ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б1.0.02.06	Интегрированные маркетинговые коммуникации в международных компаниях					ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6		
Б1.0.02.07	Digital marketing		ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4			ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6		

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ													
		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 международной компании		ПК-6 Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	
Б1.0.02.08	Международные маркетинговые стратегии			ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4						ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6					
Б1.0.03	Проектный модуль														
Б1.0.03.01	Индивидуальный проект по маркетинговому планированию														
Б1.0.03.02	Междисциплинарный групповой проект по международному маркетингу														
	Часть формируемая участниками образовательных отношений	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	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							

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
		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 международной компании	ПК-6 Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)					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
Б1.В.ДВ.01.01	Контактный маркетинг (Touchpoints Marketing)					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
Б1.В.ДВ.01.02	Маркетинговые методы прогнозирования	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4				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
Б1.В.ДВ.01.03	Маркетинговая аналитика на основе Big Data					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
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)		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		

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ				
		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 международной компании
Б1.В.ДВ.02.01	Разработка бизнес стратегий в международных компаниях			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
Б1.В.ДВ.02.02	Анализ финансовой отчетности		ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4			
Б1.В.ДВ.02.03	Экономика энергетических и сырьевых отраслей России		ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4			
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)					ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6
Б1.В.ДВ.03.01	Инфографика и технологии презентации в корпорациях					ПК-6.1 ПК-6.2 ПК-6.3 ПК-6.4 ПК-6.5 ПК-6.6
						ПК-7 Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		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 международной компании	ПК-6 Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7 Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании
Б1.В.ДВ.03.02	Изучение потребителя и таргетинг в соцсетях					ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6		
Б1.В.ДВ.03.03	Инновационное предпринимательство		ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4					ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)					ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6		
Б1.В.ДВ.04.01	Техника ведения переговоров					ПК-5.1 ПК-5.2 ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 ПК-5.6		

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		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
Б1.В.ДВ.04.02	Международные стратегические альянсы в маркетинге							ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б1.В.ДВ.04.03	Моделирование и оценка потребительских предпочтений в реальных компаниях							
Блок 2.	Практика	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	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
Б2.0	Обязательная часть	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	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
Б2.0.01	Вариативная компонента	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	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

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		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 управлением 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 международной компании	ПК-6 Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7 Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании
Б2.0.01.01(Н)	Научно-исследовательская работа	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4					
Б2.0.01.02(Пд)	Преддипломная практика				ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.4 ПК-4.5			ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Блок 3.	Государственная итоговая аттестация							ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-1.4				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
Б3.02(Д)	Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы							ПК-7.1 ПК-7.2 ПК-7.3 ПК-7.4 ПК-7.5 ПК-7.6

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		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 управлением 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 международной компании	ПК-6 Способен управлять маркетинговой деятельностью международной компании	ПК-7 Способен к планированию и контролю маркетинговой деятельности международной компании
К.М.	Комплексные модули							
К.М.01	Модуль 1							
ФТД.	Факультативные дисциплины							
ФТД.01	Профессиональный иностранный язык (факультатив)							
ФТД.02	Адаптивный курс по русскому языку для иностранных студентов							
ФТД.03	Адаптивный курс по основам экономики							
ФТД.04	Адаптивный курс по основам менеджмента							