

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Образовательная программа утверждена
решением ученого совета

Протокол № 13 от 25.02.2022 г.

Первый проректор

С.В. Нотова



Образовательная программа высшего образования
(краткое описание)

Уровень высшего образования

МАГИСТРАТУРА

Направление подготовки

38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Направленность (профиль)

Маркетинг и продвижение инноваций

Квалификация

Магистр

Форма обучения

Очная

Год набора 2022

Образовательная программа высшего образования разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952.

РАЗРАБОТЧИКИ ОП ВО:

от университета:

Зав. кафедрой маркетинга и торгового дела,

д-р экон. наук, доцент

должность

Доцент кафедры маркетинга и торгового дела,

канд. экон. наук, доцент

должность

от работодателей:

Вице-президент НМКК «Оренбургский

областной фонд поддержки малого

предпринимательства», канд. экон. наук

наименование организации, должность

Директор обособленного подразделения

ООО «Северная Земля»

наименование организации, должность

ОП ВО СОГЛАСОВАНА:

Начальник учебно-методического
управления

О.М. Калиева

(Ф.И.О., подпись)

Н.В. Лужнова

(Ф.И.О., подпись)

Л.В. Секерин

(Ф.И.О., подпись)

Ю.А. Бородин

(Ф.И.О., подпись)

А.В. Зайцев

(Ф.И.О., подпись)



Общая характеристика образовательной программы

Направление подготовки - 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ.

Направленность (профиль) - «Маркетинг и продвижение инноваций».

Квалификация, присваиваемая выпускникам - магистр.

Области и сферы профессиональной деятельности:

01 Образование и наука (в сфере научных исследований);

В сфере исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений на микро- и макроуровнях в экспертно-аналитических организациях (центрах экономического анализа, центрах социологических исследований, консалтинговых компаниях) и службах (организаций частного и государственного сектора, общественных организаций, органов государственной и муниципальной власти); в сфере производства продукции и услуг, включая анализ спроса на продукцию и услуги, оценку их текущего и перспективного предложения, продвижение и продажи продукции и услуг на российском и (или) международном рынках, контроль качества, организацию логистических цепей, планирование и обслуживание финансовых потоков, связанных с производственной деятельностью; в сфере исследований и разработок в части организации проектной деятельности, исследования рынка, анализа экономической состоятельности инновационных проектов, стратегического и тактического планирования организации и реализации процессов внедрения инноваций в организации; в сфере консалтинга, включая анализ и прогнозирование развития организации, разработку мер по совершенствованию управления организацией, решение иных вопросов стратегического и тактического характера; в сфере стратегического, тактического и оперативного управления и планирования деятельности организации, в том числе финансового, управления проектами и развитием организации.

Объекты профессиональной деятельности:

- процессы управления организациями различных организационно-правовых форм;
- процессы государственного и муниципального управления;
- научно-исследовательские процессы.

Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники:

- информационно-аналитический;
- научно-исследовательский.

Выпускник, освоивший образовательную программу, в соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

Информационно-аналитическая деятельность:

- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений;
- анализ существующих форм организации и процессов управления, разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;
- проведение оценки эффективности проектов с учетом фактора неопределенности.

Научно-исследовательская деятельность:

- организация проведения научных исследований: определение заданий для групп 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 профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов;
- выявление и формулирование актуальных научных проблем;
- подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций.

Планируемые результаты освоения образовательной программы:

Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен обладать следующими компетенциями:

| Код | Наименование |
|---|---|
| универсальными компетенциями (УК): | |
| УК-1 | Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий |
| | УК-1-В-1 Знает процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования и разработки стратегий проведения исследований, организации процесса принятия решения |
| | УК-1-В-2 Умеет принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем, принятия решений и разработки стратегий |
| | УК-1-В-3 Владеет методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них; методиками постановки цели и определения способов ее достижения; методиками разработки стратегий действий при проблемных ситуациях |
| УК-2 | Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла |
| | УК-2-В-1 Знает методы управления проектами; этапы жизненного цикла проекта |
| | УК-2-В-2 Умеет разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов; разрабатывать проекты, определять целевые этапы и основные направления работ |
| | УК-2-В-3 Владеет навыками: разработки проектов в избранной профессиональной сфере; методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах |
| УК-3 | Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели |
| | УК-3-В-1 Знает методики формирования команд; методы эффективного руководства коллективами |
| | УК-3-В-2 Умеет разрабатывать командную стратегию; организовывать работу коллективов; управлять коллективом; разрабатывать мероприятия по личностному, образовательному и профессиональному росту |
| | УК-3-В-3 Владеет методами организации и управления коллективом, планированием его действий |
| УК-4 | Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия |
| | УК-4-В-1 Знает современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках; закономерности деловой устной и письменной коммуникации |
| | УК-4-В-2 Умеет применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения |
| | УК-4-В-3 Владеет методикой межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм и средств |
| УК-5 | Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия |
| | УК-5-В-1 Знает сущность, разнообразие и особенности различных культур, их соотношение и взаимосвязь |
| | УК-5-В-2 Умеет поддерживать взаимопонимание между представителями различных культур и имеет навыки общения в мире культурного многообразия |
| | УК-5-В-3 Владеет способами анализа разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации и их разрешения |
| УК-6 | Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки |
| | УК-6-В-1 Знает основные принципы профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда; способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки |
| | УК-6-В-2 Умеет решать задачи собственного профессионального и личностного развития, включая задачи изменения карьерной траектории; расставлять приоритеты |
| | УК-6-В-3 Владеет способами управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки и принципов образования в течение всей |

| Код | Наименование |
|---|--|
| | жизни |
| общепрофессиональными компетенциями (ОПК): | |
| ОПК-1 | Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления |
| | ОПК-1-В-1 Знает теоретические и методологические основы современных концепций менеджмента для совершенствования собственной профессиональной деятельности |
| | ОПК-1-В-2 Умеет решать профессиональные задачи на основе знания управленческой теории и инновационных подходов |
| | ОПК-1-В-3 Владеет навыками применения методов управления, опираясь на базисные концепции, идеологии и философии менеджмента |
| 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-2-В-1 Знает техники и методики поиска, анализа и оценки макроэкономической и иной профессионально значимой информации |
| | ОПК-2-В-2 Умеет использовать современные, в том числе цифровые, интеллектуальные информационно-аналитические системы с целью оптимизации деятельности организации |
| | ОПК-2-В-3 Владеет продвинутыми методами обработки и анализа информации для решения управленческих и исследовательских задач |
| ОПК-3 | Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды |
| | ОПК-3-В-1 Знает основные методы и подходы принятия организационно-управленческих решений; методологию и организацию процесса разработки организационно-управленческого решения |
| | ОПК-3-В-2 Умеет обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения; оценивать ожидаемые результаты, эффективность управленческих решений; проводить оценку организационных и социальных последствий принятых решений |
| | ОПК-3-В-3 Владеет навыками принятия организационно-управленческих решений; навыками оценки операционной и организационной эффективности, социальной значимости организационно-управленческих решений |
| 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-4-В-1 Знает современные клиентоориентированные практики и технологии управления для развития инновационных направлений деятельности и соответствующих им бизнес-моделей организации |
| | ОПК-4-В-2 Умеет руководить проектной и процессной деятельностью организации на основе лидерских и коммуникативных навыков |
| | ОПК-4-В-3 Владеет клиентоориентированными навыками выявления и оценки новых рыночных возможностей |
| ОПК-5 | Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты |
| | ОПК-5-В-1 Знает теоретические основы выполнения научно-исследовательских проектов |

| Код | Наименование |
|--|---|
| | ОПК-5-В-2 Умеет обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях |
| | ОПК-5-В-3 Владеет навыками применения методов выполнения научно-исследовательских проектов и оценивания научных исследований в менеджменте |
| профессиональными компетенциями (ПК): | |
| ПК*-1 | Способен использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления маркетинговыми бизнес-процессами в организации |
| | ПК*-1-В-1 Знает количественные и качественные методы проведения научных исследований в области маркетинга и продвижения инноваций; современные методы стратегического маркетингового анализа |
| | ПК*-1-В-2 Умеет проводить анализ рыночных и показателей на микро- и макроуровнях, давать оценку и обосновывать прогноз их динамики |
| | ПК*-1-В-3 Владеет навыками проведения маркетинговых исследований и стратегического анализа поведения рыночных субъектов |
| ПК*-2 | Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга |
| | ПК*-2-В-1 Знает методы разработки, тестирования и внедрения инновационных товаров (услуг), создания нематериальных активов (брендов) и управления ими в организации |
| | ПК*-2-В-2 Умеет разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования и систему распределения (дистрибуции) в организации |
| | ПК*-2-В-3 Владеет методами разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации |
| ПК*-3 | Способен управлять маркетинговой деятельностью организации |
| | ПК*-3-В-1 Знает содержание и особенности формирования маркетинговой стратегии организации, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет |
| | ПК*-3-В-2 Умеет руководить работой по инновационному развитию и оптимизации организационной структуры маркетинговой службы организации, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет |
| | ПК*-3-В-3 Владеет навыками разработки системы показателей, характеризующих эффективность продвижения маркетинговых инновационных проектов, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет |
| ПК*-4 | Способен обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы |
| | ПК*-4-В-1 Знает актуальные научные проблемы в сфере маркетинга и продвижения инноваций |
| | ПК*-4-В-2 Умеет проводить научно-практические исследования и аналитическую работу в сфере маркетинга и продвижения инноваций |
| | ПК*-4-В-3 Владеет навыками критической оценки результатов научных исследований в рамках современной концепции маркетинга |
| ПК*-5 | Способен обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы и проводить самостоятельные научные исследования в соответствии с разработанной программой |
| | ПК*-5-В-1 Знает логику, методы и инструменты проведения научного исследования |
| | ПК*-5-В-2 Умеет проводить научные исследования, включая эмпирические, в рамках индивидуальных и коллективных научно-исследовательских проектов |
| | ПК*-5-В-3 Владеет навыками выявления и обоснования практической значимости научного исследования |
| ПК*-6 | Способен представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада |
| | ПК*-6-В-1 Знает принципы написания и современные требования отечественных и зарубежных академических изданий к научному отчету, статье или докладу |

| Код | Наименование |
|-----|---|
| | ПК*-6-В-2 Умеет проводить дискуссии по актуальным научно-практическим вопросам маркетинга и продвижения инноваций |
| | ПК*-6-В-3 Владеет навыками подготовки качественных презентаций результатов научно-практических исследований |

Профессиональные компетенции сформированы на основе профессионального стандарта, соответствующего профессиональной деятельности выпускников (Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 г. № 366н) и анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных источников.

Форма обучения – очная.

Срок получения образования по программе в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 2 года.

Объем образовательной программы - 120 зачетных единиц.

Обучение ведется на русском языке.

Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации образовательной программы.

Реализация программы магистратуры обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы магистратуры на условиях гражданско-правового договора.

не менее 70 процентов численности педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

не менее 5 процентов численности педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

не менее 60 процентов численности педагогических работников Организации и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Организации на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

Особенности реализации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Образовательный процесс для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Университет создает необходимые условия, направленные на обеспечение образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

– альтернативная версия официального сайта университета в сети «Интернет» для слабовидящих;

- специальные средства обучения (обеспечение выпуска альтернативных форматов печатных материалов крупным шрифтом или в виде аудиофайлов; обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации; обеспечение специальными учебниками и учебными пособиями и др.);
- пандусы, поручни, расширенные дверные проёмы и др. приспособления;
- специально оборудованные санитарно-гигиенические помещения;
- электронная информационно-образовательная среда, включающая электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

Содержание образования и условия организации обучения для инвалидов определяются в том числе в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии), для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (при необходимости) – на основе адаптированной образовательной программы, разрабатываемой с учетом локальных нормативных актов:

- Положения об адаптированной образовательной программе высшего образования;
- Положения об организации образовательного процесса для обучающихся-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Выбор мест прохождения практик осуществляется с учётом состояния здоровья инвалидов и лиц ограниченными возможностями здоровья и при условии выполнения требований доступности социальной среды. Текущий контроль успеваемости, промежуточная и государственная итоговая аттестации обучающихся проводятся с учётом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Механизмы оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся.

Внутренняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе регулируется Положением о внутренней системе оценки качества образования.

Внутренняя система оценки качества образования осуществляется посредством: опроса и анкетирования заинтересованных сторон; внутреннего тестирования и т.п. (<http://sko.osu.ru/audit>)

При проведении внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе Университет привлекает как педагогических работников Университета, так и работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по образовательной программе обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по образовательной программе в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по образовательной программе требованиям ФГОС ВО.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе может осуществляться в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями, либо авторизованными национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, отвечающими требованиям профессиональных стандартов (при наличии), требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по образовательной программе может осуществляться в рамках мероприятий по независимой оценке качества высшего образования, проводимых Федеральной службой по надзору в сфере образования и науки.

**Матрица соответствия планируемых результатов освоения образовательной программы и составных частей ОП ВО
38.04.02 Менеджмент Маркетинг и продвижение инноваций**

| | Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом | Семестры | Универсальные компетенции | | | | | |
|-----------|--|----------|---------------------------|------|------|------|------|------|
| | | | УК-1 | УК-2 | УК-3 | УК-4 | УК-5 | УК-6 |
| Блок Б1.Д | Обязательная часть | | | | | | | |
| | Методология научных исследований | 1 | + | | | | | |
| | Теория и практика управления проектами | 1 | | + | + | | | |
| | Деловой иностранный язык | 1 | | | | + | | |
| | Деловая коммуникация в научной и профессиональной деятельности | 1 | | | | + | + | + |
| | Принятие решений и управленческая ответственность | 1 | | | | | | |
| | Современные концепции менеджмента | 1 | | | | | | |
| | Клиентоориентированные коммуникации и технологии | 1 | | | | | | |
| | Часть, формируемая участниками образовательных отношений | | | | | | | |
| | Концепция современного маркетинга | 2 | | | | | | |
| | Стратегический маркетинговый анализ | 2 | | | | | | |
| | Прикладные маркетинговые исследования | 3 | | | | | | |
| | Поведение стейкхолдеров и лидеров мнений | 2 | | | | | | |
| | Маркетинговое проектирование | 3 | | | | | | |
| | Цифровой маркетинг и медиа | 2 | | | | | | |
| | Система маркетинговых метрик | 2 | | | | | | |
| | Инновационный маркетинг | 2 | | | | | | |
| | Управление жизненным циклом товаров и услуг | 3 | | | | | | |

| | Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом | Семестры | Универсальные компетенции | | | | | |
|-----------|--|----------|---------------------------|------|------|------|------|------|
| | | | УК-1 | УК-2 | УК-3 | УК-4 | УК-5 | УК-6 |
| | Бренд-менеджмент | 3 | | | | | | |
| | Ценообразование в маркетинге | 3 | | | | | | |
| | Стимулирование продаж | 3 | | | | | | |
| | Современные технологии торговли | 3 | | | | | | |
| | Бизнес в электронной среде | 3 | | | | | | |
| | Управление медиаканалами и разработка рекламных кампаний | 3 | | | | | | |
| | Управление рекламной деятельностью на предприятии | 3 | | | | | | |
| Блок Б2.П | Обязательная часть | | | | | | | |
| | Ознакомительная практика | 2 | + | | | | | |
| | Часть, формируемая участниками образовательных отношений | | | | | | | |
| | Научно-исследовательская работа | 2, 3 | + | | | | | + |
| | Практика по профилю профессиональной деятельности | 4 | | | | | | |

| | Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом | Семестры | Общепрофессиональные компетенции | | | | |
|-----------|--|----------|----------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| | | | ОПК-1 | ОПК-2 | ОПК-3 | ОПК-4 | ОПК-5 |
| Блок Б1.Д | Обязательная часть | | | | | | |
| | Методология научных исследований | 1 | | | | | |
| | Теория и практика управления проектами | 1 | | | | | |
| | Деловой иностранный язык | 1 | | | | | |
| | Деловая коммуникация в научной и профессиональной деятельности | 1 | | | | | |
| | Принятие решений и управленческая ответственность | 1 | | | + | | |
| | Современные концепции менеджмента | 1 | + | | | | + |
| | Клиентоориентированные коммуникации и технологии | 1 | | + | | + | |

| | Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом | Семестры | Общепрофессиональные компетенции | | | | |
|-----------|--|----------|----------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| | | | ОПК-1 | ОПК-2 | ОПК-3 | ОПК-4 | ОПК-5 |
| | Часть, формируемая участниками образовательных отношений | | | | | | |
| | Концепция современного маркетинга | 2 | | | | | |
| | Стратегический маркетинговый анализ | 2 | | | | | |
| | Прикладные маркетинговые исследования | 3 | | | | | |
| | Поведение стейкхолдеров и лидеров мнений | 2 | | | | | |
| | Маркетинговое проектирование | 3 | | | | | |
| | Цифровой маркетинг и медиа | 2 | | | | | |
| | Система маркетинговых метрик | 2 | | | | | |
| | Инновационный маркетинг | 2 | | | | | |
| | Управление жизненным циклом товаров и услуг | 3 | | | | | |
| | Бренд-менеджмент | 3 | | | | | |
| | Ценообразование в маркетинге | 3 | | | | | |
| | Стимулирование продаж | 3 | | | | | |
| | Современные технологии торговли | 3 | | | | | |
| | Бизнес в электронной среде | 3 | | | | | |
| | Управление медиаканалами и разработка рекламных кампаний | 3 | | | | | |
| | Управление рекламной деятельностью на предприятии | 3 | | | | | |
| Блок Б2.П | Обязательная часть | | | | | | |
| | Ознакомительная практика | 2 | + | | | | + |
| | Часть, формируемая участниками образовательных отношений | | | | | | |
| | Научно-исследовательская работа | 2, 3 | | | | | |
| | Практика по профилю профессиональной деятельности | 4 | | | | | |

| | Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом | Семестры | Профессиональные компетенции | | | | | |
|-----------|--|----------|------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | | | ПК*-1 | ПК*-2 | ПК*-3 | ПК*-4 | ПК*-5 | ПК*-6 |
| Блок Б1.Д | Обязательная часть | | | | | | | |
| | Методология научных исследований | 1 | | | | | | |
| | Теория и практика управления проектами | 1 | | | | | | |
| | Деловой иностранный язык | 1 | | | | | | |
| | Деловая коммуникация в научной и профессиональной деятельности | 1 | | | | | | |
| | Принятие решений и управленческая ответственность | 1 | | | | | | |
| | Современные концепции менеджмента | 1 | | | | | | |
| | Клиентоориентированные коммуникации и технологии | 1 | | | | | | |
| | Часть, формируемая участниками образовательных отношений | | | | | | | |
| | Концепция современного маркетинга | 2 | | | | + | | + |
| | Стратегический маркетинговый анализ | 2 | + | | + | | + | |
| | Прикладные маркетинговые исследования | 3 | + | | | + | | |
| | Поведение стейкхолдеров и лидеров мнений | 2 | + | + | | | | + |
| | Маркетинговое проектирование | 3 | | | + | | + | |
| | Цифровой маркетинг и медиа | 2 | | | + | | | + |
| | Система маркетинговых метрик | 2 | | + | + | + | | |
| | Инновационный маркетинг | 2 | | | | | + | + |
| | Управление жизненным циклом товаров и услуг | 3 | | + | + | + | | |
| | Бренд-менеджмент | 3 | | + | + | + | | |
| | Ценообразование в маркетинге | 3 | + | + | | + | | |
| | Стимулирование продаж | 3 | + | + | | + | | |
| | Современные технологии торговли | 3 | + | + | | + | | |
| | Бизнес в электронной среде | 3 | + | + | | + | | |

| | Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом | Семестры | Профессиональные компетенции | | | | | |
|-----------|--|----------|------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | | | ПК*-1 | ПК*-2 | ПК*-3 | ПК*-4 | ПК*-5 | ПК*-6 |
| Блок Б2.П | Управление медиаканалами и разработка рекламных кампаний | 3 | | + | | + | + | |
| | Управление рекламной деятельностью на предприятии | 3 | | + | | + | + | |
| | Обязательная часть | | | | | | | |
| | Ознакомительная практика | 2 | | | | | | |
| | Часть, формируемая участниками образовательных отношений | | | | | | | |
| | Научно-исследовательская работа | 2, 3 | + | + | + | + | + | + |
| | Практика по профилю профессиональной деятельности | 4 | + | + | + | + | + | + |