

**Структурно-логическая схема подготовки студентов
по направлению 38.04.01 "Экономика", профиль Маркетинг образовательного уровня "Магистратура" (1 часть)**



Освоив образовательную программу 38.04.01 «Экономика» (профиль Маркетинг выпускник приобретает компетенции, позволяющие выполнить конкретные виды деятельности)

Профессиональные или профессионально-прикладные компетенции	
Аналитическая деятельность	
ПК-1	Педагогика высшей школы, Методология и методы научных исследований, Трудовое право, Маркетинг продаж, Психотехнологии продаж товаров, Технология бренда, Информационные технологии анализа данных
ПК-2	Педагогика высшей школы, Операционный маркетинг, Рекламный менеджмент, Информационные технологии анализа данных
ПК-3	Оценка рисков в коммерческой деятельности,
ПК-4	Проблемы коммерческой инфраструктуры национальной экономики, Оценка рисков в коммерческой деятельности, Многомерный статистический анализ, Трудовое право, Экологический маркетинг, Рекламный менеджмент, Инновационные маркетинговые коммуникации
ПК-5	Методология и методы научных исследований, Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции, Трудовое право, Стратегический маркетинг, Операционный маркетинг,
ПК-6	Макроэкономика (продвинутый уровень)
ПК-7	Операционный маркетинг, Маркетинг продаж, Рекламный менеджмент
ПК-8	Проблемы коммерческой инфраструктуры национальной экономики, Стратегический маркетинг, Экологический маркетинг.

Общекультурные компетенции	
ОК-1	История и философия науки, Педагогика высшей школы, История отечественной культуры, Современные проблемы науки и техники. Компьютерные технологии
ОК-2	История и философия науки, Трудовое право, История отечественной культуры, Экологический маркетинг, Охрана труда в отрасли,
ОК-3	История и философия науки, Педагогика высшей школы, Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции, Психология межличностных отношений, История отечественной культуры, Современные проблемы науки и техники, Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции, Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности, Креатив в коммуникативном маркетинге, Рекламный менеджмент, Инновационные маркетинговые коммуникации, Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности, Компьютерные технологии,
ОК-4	Педагогика высшей школы, Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции, Психология межличностных отношений, Правовое регулирование предпринимательской деятельности, Международное право, Экологический маркетинг, Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции, Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности, Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности.
ОК-5	Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции, Экологический маркетинг, Охрана труда в отрасли, Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции.

Общепрофессиональные компетенции	
ОПК-1	Иностранный язык профессиональной направленности, Психология межличностных отношений.
ОПК-2	История и философия науки, Педагогика высшей школы, Психология межличностных отношений, История отечественной культуры.
ОПК-3	Охрана труда в отрасли
ОПК-4	Педагогика высшей школы, Правовое регулирование предпринимательской деятельности, Современные проблемы науки и техники, Рекламный менеджмент, Информационные технологии анализа данных маркетинговых
ОПК-5	Методология и методы научных исследований, Многомерный статистический анализ,
ОПК-6	Педагогика высшей школы, Макроэкономика (продвинутый уровень), Микроэкономика (продвинутый уровень).
ОПК-7	Охрана труда в отрасли,

Проектно-экономическая деятельность	
ПК-9	Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции, Трудовое право, Стратегический маркетинг, Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции, Компьютерные технологии
ПК-10	Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции, Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности, Технология бренда, Инновационные маркетинговые коммуникации, Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности
ПК-11	Многомерный статистический анализ, Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции, Международное право, Стратегический маркетинг.
ПК-12	Методология и методы научных исследований, Стратегический маркетинг.
ПК-13	Макроэкономика (продвинутый уровень), Микроэкономика (продвинутый уровень), Международное право, Международный маркетинг (продвинутый курс).
ПК-14	Макроэкономика (продвинутый уровень), Микроэкономика (продвинутый уровень), Эконометрика (продвинутый уровень), Трудовое право, Международный маркетинг (продвинутый курс), Маркетинг продаж (продвинутый курс), Психотехнологии продаж товаров.
ПК-15	Макроэкономика (продвинутый уровень), Микроэкономика (продвинутый уровень), Эконометрика (продвинутый уровень), Трудовое право, Международное право, Международный маркетинг (продвинутый курс).

Организационно-управленческая деятельность	
ПК-16	Стратегический маркетинг, Международный маркетинг (продвинутый курс), Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности, Инновационные маркетинговые коммуникации. Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности
ПК-17	Проблемы коммерческой инфраструктуры национальной экономики, Оценка рисков в коммерческой деятельности, Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции,
ПК-18	Многомерный статистический анализ, Операционный маркетинг,
ПК-19	Проблемы коммерческой инфраструктуры национальной экономики, Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции, Современные проблемы науки и техники, Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности
ПК-20	Проблемы коммерческой инфраструктуры национальной экономики, Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции, Современные проблемы науки и техники, Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности
ПК-21	Инновационные маркетинговые коммуникации, Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности,
ПК-22	Инновационные маркетинговые коммуникации, Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности,
ПК-23	Инновационные маркетинговые коммуникации, Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности,

Маркетинговая деятельность	
ПК-24	Стратегический маркетинг, Международный маркетинг (продвинутый курс), Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности, Маркетинг продаж,
ПК-25	Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции, Психотехнологии продаж товаров, Технология бренда, Компьютерные технологии, Разработка и реализация BTL-акций
ПК-26	Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности, Психотехнологии продаж товаров,
ПК-27	Макроэкономика (продвинутый уровень), Микроэкономика (продвинутый уровень), Эконометрика (продвинутый уровень), Разработка и реализация BTL-акций
ПК-28	Разработка и реализация BTL-акций
ПК-29	Макроэкономика (продвинутый уровень), Микроэкономика (продвинутый уровень), Эконометрика (продвинутый уровень),
ПК-30	Операционный маркетинг, Маркетинг продаж, Креатив в коммуникативном маркетинге, Рекламный менеджмент, Технология бренда
ПК-31	Макроэкономика (продвинутый уровень), Микроэкономика (продвинутый уровень), Эконометрика (продвинутый уровень), Стратегический маркетинг, Психотехнологии продаж товаров, Технологии бренда, Разработка и реализация BTL-акций

Учебные дисциплины учебного плана

Учебные дисциплины учебного плана

Учебные дисциплины учебного плана

Учебные дисциплины учебного плана

Учебные дисциплины учебного плана

Учебные дисциплины учебного плана

Консалтинговая деятельность		Учебные дисциплины учебного плана
ПК-32	Психология межличностных отношений, Современные проблемы науки и техники, Экологический маркетинг, Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции, Информационные технологии анализа данных	
ПК-33	Психология межличностных отношений, Современные проблемы науки и техники, Экологический маркетинг, Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции, Информационные технологии анализа данных	
Научно-исследовательская деятельность		
ПК-34	Методология и методы научных исследований, Операционный маркетинг, Инновационные маркетинговые коммуникации, Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности	
ПК-35	Методология и методы научных исследований, Компьютерные технологии, Информационные технологии анализа данных маркетинговых исследований	
ПК-36	Методология и методы научных исследований, Макроэкономика (продвинутый уровень), Микроэкономика (продвинутый уровень), Эконометрика (продвинутый уровень).	
ПК-37	Компьютерные технологии, Информационные технологии анализа данных маркетинговых исследований.	
ПК-38	Компьютерные технологии, Информационные технологии анализа данных маркетинговых исследований.	
ПК-39	Методология и методы научных исследований	
Педагогическая деятельность		
ПК-40	Педагогика высшей школы, Методология и методы научных	
ПК-41	Методология и методы научных, Педагогика высшей школы	

**Структурно-логическая схема подготовки студентов
по направлению 38.04.01 "Экономика", профиль Маркетинг образовательного уровня "Магистратура" (II часть)**



Виды и задачи профессиональной деятельности

Аналитическая деятельность:

разработка, обоснование, анализ, диагностика и прогнозирование динамики основных социально-экономических показателей, характеризующих деятельность учреждений, организаций, предприятий различных организационно-правовых форм, включая органы государственной власти и местного самоуправления и методик их расчета с учетом финансово-экономических рисков;

поиск, анализ и оценка экономической и финансовой информации для проведения расчетов и обоснования принимаемых управленческих решений;

оценка эффективности проектов, анализ и оценка финансово-экономических результатов их реализации с учетом фактора неопределенности; анализ существующих форм организации и управления подразделениями коммерческих и некоммерческих организаций различных организационно-правовых форм, разработка предложений по их совершенствованию;

анализ и оценка направлений развития денежно-кредитных и финансовых институтов и рынков в контексте общеэкономических, мировых и страновых особенностей;

анализ и оценка концептуальных подходов к методам и инструментам экономического, финансового и денежно-кредитного регулирования экономики;

оценка эффективности использования ресурсов;

проведение комплексного финансового и экономического анализа деятельности предприятий, учреждений, организаций различных организационно-правовых форм, включая органы государственной власти и местного самоуправления;

изучение и анализ конъюнктуры внешнего и внутреннего рынков;

Учебные дисциплины учебного плана подготовки специалистов к выполнению видов и задач профес...

№ п/п	Наименование учебных дисциплин (в том числе практик) учебного плана по направлению 38.04.01 "Экономика"	З.е. / кредиты
М.1	1. Базовые учебные дисциплины	
М.1.Б.	1.1 Общенаучный цикл	
М.1.Б.1	История и философия науки	3
М.1.Б.2	Педагогика высшей школы	3
М.1.В.	2. Вариативные учебные дисциплины	
М.1.В.1.	2.1 Общенаучный цикл	
М.1.В.1.	Проблемы коммерческой инфраструктуры национальной экономики	2
М.1.В.2.	Оценка рисков в коммерческой деятельности	3
М.1.В.3.	Иностранный язык профессиональной направленности	4
М.1.В.4.	Многомерный статистический анализ Информационное обеспечение маркетинговых решений	3
М.1.В.5	Трудовое право Психология межличностных отношений	3
М.1.В.	2.3 Профессиональный цикл	
М.1.В.1	Стратегический маркетинг	6,5
М.1.В.3	Экологический маркетинг	5
М.1.В.9	Рекламный менеджмент	3
М.1.В.10	Психотехнологии продаж товаров Технология бренда	3
М.1.В.11	Инновационные маркетинговые коммуникации Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности	4
М.1.В.12	Информационные технологии анализа данных маркетинговых исследований	3

Проектно-экономическая деятельность:

Подготовка заданий и разработка системы социально-экономических показателей хозяйствующих субъектов; разработка проектных решений с учетом фактора неопределенности;

Подготовка заданий и разработка методических и нормативных документов, а также предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ;

составление всех видов планов предприятий, учреждений и организаций различных форм собственности, в том числе планов международного сотрудничества и развития внешних связей;

разработка стратегии предприятия на различных рынках, в том числе внешнеэкономической;

разработка оптимальной структуры управления на предприятии; разработка мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта продукции на внешнем и внутреннем рынках;

№ п/п	Наименование дисциплин (в том числе практик) учебного плана по направлению 38.04.01 "Экономика"	З.е. / кредиты
М.1	1. Базовые учебные дисциплины	
М.1.Б.	1.1 Общенаучный цикл	
М.1.Б.3	Методология и методы научных исследований	3
М.1.Б.	1.2 Профессиональный цикл	
М.1.Б.1	Макроэкономика (продвинутый уровень)	3
М.1.Б.2.	Микроэкономика (продвинутый уровень)	3
М.1.В.	2. Вариативные учебные дисциплины	
М.1.В.1.	2.1 Общенаучный цикл	
М.1.В.4.	Многомерный статистический анализ Информационное обеспечение маркетинговых решений	3
М.1.В.	2.2 Общенаучный цикл	
М.1.В.1	Трудовое право	2
М.1.В.3	Международное право Современные проблемы науки и техники	3
М.1.В.5	Правовое регулирование предпринимательской деятельности История отечественной культуры	2
М.1.В.	2.3 Профессиональный цикл	
М.1.В.1	Стратегический маркетинг	6,5
М.1.В.2	Международный маркетинг (продвинутый курс)	3
М.1.В.5	Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции	4
М.1.В.6	Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности	3
М.1.В.8	Маркетинг продаж	3,5
М.1.В.10	Психотехнологии продаж товаров Технология бренда	3
М.1.В.11	Инновационные маркетинговые коммуникации Инновация в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности	3
М.1.В.12	Компьютерные технологии	3

Виды и задачи профессиональной деятельности

Учебные дисциплины учебного плана подготовки специалистов к выполнению видов и задач профессиональной деятельности

Организационно-управленческая деятельность:

к коммуникация на государственном и иностранных языках для решения задач профессиональной деятельности;
руководство профессиональной деятельностью на основе исторического и культурного наследия государства;
разработка краткосрочной, долгосрочной политики и стратегии развития предприятий, учреждений, организаций различных организационно-правовых форм и их отдельных подразделений;
руководство экономическими, внешнеэкономическими, маркетинговыми, финансовыми и другими службами предприятий, учреждений и организаций различных форм собственности, органов государственной власти и местного самоуправления;
управление формированием и использованием ресурсов предприятия, учреждения, организации;
планирование и контроль всех видов деятельности предприятия, учреждения и организации;
организация работы по подготовке и заключению внешнеэкономических контрактов и контроль их выполнения;

№ п/п	Наименование дисциплин (в том числе практик) учебного плана по направлению 38.04.01 "Экономика"	З.е. / кредиты
2.Вариативные учебные дисциплины		
2.1 Общенаучный цикл		
M.1.B.1.	Проблемы коммерческой инфраструктуры национальной экономики	2
M.1.B.2.	Оценка рисков в коммерческой деятельности	3
M.1.B.3.	Многомерный статистический анализ	3
M.1.B.4.	Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции	3
2.Вариативные учебные дисциплины		
M.1.B.3	Современные проблемы науки и техники	3
2.3Профессиональный цикл		
M.2.B.1	Стратегический маркетинг	6,5
M.2.B.2	Международный маркетинг (продвинутый курс)	3
M.2.B.5	Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции	4
M.2.B.6	Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности	4
M.2.B.7	Операционный маркетинг	3
M.2.B.11	Инновационные маркетинговые коммуникации Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности	3

Маркетинговая деятельность

проведение информационно-аналитической работы в области функционирования внутреннего и внешнего рынков товаров и услуг, динамики их конъюнктуры и инфраструктуры с целью разработки адекватных маркетинговых решений в области товарной, ценовой, коммуникационной политики;
анализ и оценка поведения потребителей и маркетинговых инструментов воздействия на него при формировании потребительского спроса с учетом социальной направленности и экологических параметров их спроса и предложения;
организация, проведение и оценка результативности маркетинговых исследований в области предложения товаров и услуг, ценообразования, коммуникаций;
разработка и реализация эффективного комплекса маркетинга для обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг предприятия во внешней среде;

№ п/п	Наименование дисциплин (в том числе практик) учебного плана по направлению 38.04.01 "Экономика"	З.е. / кредиты
М.1		
1. Базовые учебные дисциплины		
М.2.Б		
1.2 Профессиональный цикл		
M.2.B.1	Макроэкономика (продвинутый уровень)	3
M.2.B.2.	Микроэкономика (продвинутый уровень)	3
M.2.B.3.	Эконометрика (продвинутый уровень)	3
2.Вариативные учебные дисциплины		
2.3Профессиональный цикл		
M.2.B.1	Стратегический маркетинг	6,5
M.2.B.2	Международный маркетинг (продвинутый курс)	3
M.2.B.5	Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции	3
M.2.B.6	Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности	4
M.2.B.7	Операционный маркетинг	4
M.2.B.8	Маркетинг продаж	3,5
M.2.B.9	Креатив в коммуникативном маркетинге Рекламный менеджмент	3
M.2.B.10	Психотехнологии продаж товаров Технология бренда	3
M.2.B.12	Компьютерные технологии	3
M.2.B.13	Разработка и реализация BTL-акций	2,5

Консалтинговая деятельность:

оказание консалтинговых услуг предприятиям, учреждениям, организациям различных организационно-правовых форм по вопросам совершенствования их хозяйственной деятельности;
проведение консалтинговых экономических, внешнеэкономических, маркетинговых и финансовых исследований по заказам предприятий, учреждений и организаций и разработка предложений по совершенствованию их хозяйственной деятельности;

№ п/п	Наименование дисциплин (в том числе практик) учебного плана по направлению 38.04.01 "Экономика"	З.е. / кредиты
2.Вариативные учебные дисциплины		
2.2 Общенаучный цикл		
M.1.B.1	Психология межличностных отношений	2
M.1.B.3	Современные проблемы науки и техники	3
2.3Профессиональный цикл		
M.2.B.3	Экологический маркетинг	5
M.2.B.5	Стратегический и инновационный менеджмент в коммерции	3
M.2.B.12	Информационные технологии анализа данных маркетинговых исследований	3

Виды и задачи профессиональной деятельности

Научно-исследовательская деятельность:

исследование общих философских проблем науки и техники;
 выявление и исследование актуальных проблем в области экономической теории, экономики, международной экономики, финансов, учета и аудита, маркетинга;
 организация и проведение научных исследований, сбор, обработка, анализ и систематизация информации, выбор методов и средств решения задач исследования;
 разработка теоретических и эконометрических моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов;
 разработка планов и программ проведения исследований в области профессиональной деятельности и подготовка соответствующих заданий для научных подразделений и отдельных исполнителей;

Педагогическая деятельность:

использование основ педагогики в образовательной деятельности;
 преподавание экономических дисциплин в образовательных организациях высшего профессионального образования, дополнительного профессионального образования, профессиональных образовательных организациях, организациях среднего общего образования;
 разработка образовательных программ и учебно-методических материалов.

Учебные дисциплины учебного плана подготовки специалистов к выполнению видов и задач профессиональной деятельности

№ п/п	Наименование дисциплин (в том числе практик) учебного плана по направлению 38.04.01 "Экономика"	З.е. / кредиты
М.1	1. Базовые учебные дисциплины	
М.1.Б.	1.1 Общенаучный цикл	
М.1.Б.3	Методология и методы научных исследований	3
М.1.В.6.	Охрана труда в отрасли	1,5
М.2.Б.	1.2 Профессиональный цикл	
М.1.Б.1	Макроэкономика (продвинутый уровень)	3
М.1.Б.2.	Микроэкономика (продвинутый уровень)	3
М.1.Б.3.	Эконометрика (продвинутый уровень)	3
	2. Вариативные учебные дисциплины	
	2.3 Профессиональный цикл	
М.1.В.3	Экологический маркетинг	5
М.1.В.7	Операционный маркетинг	3
М.1.В.11	Инновационные маркетинговые коммуникации Инновации в маркетинговой деятельности и оценка их эффективности	4
М.1.В.12	Компьютерные технологии Информационные технологии анализа данных маркетинговых исследований	2
М.2.В.13	Разработка и реализация BTL-акций	2,5

№ п/п	Наименование дисциплин (в том числе практик) учебного плана по направлению 38.04.01 "Экономика"	З.е. / кредиты
М.1	1. Базовые учебные дисциплины	
М.1.Б.	1.1 Общенаучный цикл	
М.1.Б.2	Педагогика высшей школы	2
М.1.Б.3	Методология и методы научных исследований	3

	ВСЕГО:	120
--	---------------	------------