МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

“УТВЕРЖДАЮ”
Первый проректор
_____ Г.И. Расторгуев
«__» _____ 2019 г.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Маркетинг

Основной вид деятельности: Научно-исследовательская

Квалификация: Магистр

Форма обучения: очная

Год начала подготовки по образовательной программе: 2018

Ориентированность: программа академической магистратуры

Новосибирск 2019

Образовательная программа 38.04.02 Менеджмент обсуждена на заседании кафедры маркетинга и сервиса, протокол заседания кафедры №6/1 от 20.06.2019 г.

Заведующий кафедрой:

к.э.н., доцент М.Е. Цой_____

Образовательная программа утверждена на ученом совете факультета бизнеса, протокол №5/1 от 21.06.2019 г.

Ответственный за образовательную программу

к.э.н., доцент М.Е. Цой_____

декан ФБ:

д.э.н., профессор М.В. Хайруллина_____

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения 4
2. Квалификационная характеристика выпускника 9
3. Содержание образовательной программы 17
4. Условия реализации образовательной программы подготовки 19
5. Оценка качества подготовки студентов и выпускников 20
6. Особенности реализации образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья 21

Приложение 22

1. Общие положения

1.1 Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса

Образовательная программа академической магистратуры (далее магистратуры), реализуемая по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа: Маркетинг представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде следующего комплекта документов:

- общей характеристики образовательной программы высшего образования;
- учебного плана;
- календарного учебного графика;
- рабочих программ дисциплин (модулей);
- программ практик;
- фондов оценочных средств по дисциплинам и государственной итоговой аттестации;
- методических материалов.

Информация об образовательной программе размещена на официальном сайте НГТУ в сети «Интернет» http://www.nstu.ru/sveden/education.

Комплект документов по образовательной программе обновляется ежегодно с учетом развития науки, культуры, экономики, техники, технологий и социальной сферы.

1.1.1 В общей характеристике образовательной программы указываются:

- код и наименование направления подготовки;
- направленность (профиль) образовательной программы;
- квалификация, присваиваемая выпускникам;
- вид профессиональной деятельности, к которому готовятся выпускники;
- планируемые результаты освоения образовательной программы – компетенции, которыми должны обладать выпускники:
  - установленные образовательным стандартом;
  - установленные организацией дополнительно к компетенциям, установленным образовательным стандартом, с учетом направленности (профиля) образовательной программы;
- планируемые результаты обучения по каждой дисциплине (модулю) и практике - знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

В качестве приложения к основной характеристике образовательной программы приводится: таблица соответствия между характеристиками этапов освоения компетенций (знаниями, умениями и опытом деятельности выпускника) и элементами образовательной программы (учебными дисциплинами (модулями) и практиками).

1.1.2 В учебном плане указывается перечень дисциплин (модулей), практик, аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации обучающихся, других видов учебной деятельности (далее вместе - виды учебной деятельности) с указанием их объема в зачетных единицах, последовательности и распределения по периодам обучения. В учебном плане выделяется объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем (далее - контактная работа обучающихся с преподавателем) (по видам учебных занятий) и самостоятельной работы обучающихся в академических часах. Для каждой дисциплины (модуля) и практики указывается форма промежуточной аттестации обучающихся.

1.1.3 В календарном учебном графике указываются периоды осуществления видов учебной деятельности и периоды каникул.

1.1.4 Рабочая программа дисциплины (модуля) включает в себя:

- наименование дисциплины (модуля);
- перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;
- указание места дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы;

- объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся;
- содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий;
- перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю);
- фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю);
- перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля);
- перечень методического и программного обеспечения дисциплины (модуля);
- перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости);
- описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

1.1.5 Программа практики включает в себя:

- указание вида практики, способа и формы (форм) ее проведения;
- перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;
- указание места практики в структуре образовательной программы;
- указание объема практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях либо в академических или астрономических часах;
- содержание практики;
- указание форм отчетности по практике;
- фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике;
- перечень учебной литературы и ресурсов сети "Интернет", необходимых для проведения практики;
- перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости);
- описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики.

1.1.6 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) или практике, входящий в состав соответствующей рабочей программы дисциплины (модуля) или программы практики, включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал и процедур оценивания для каждого результата обучения по дисциплине (модулю) или практике;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

1.1.7 Фонд оценочных средств для государственной итоговой аттестации включает в себя:

- перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал и процедур оценивания;

- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

1.2 Цель (миссия) образовательной программы

Миссия образовательной программы 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа: Маркетинг (основной вид деятельности Научно-исследовательская) состоит в подготовке квалифицированных, конкурентоспособных специалистов в области аналитического обеспечения управленческих решений в различных направлениях маркетинговой деятельности, на основе сочетания современных образовательных технологий и воспитательных методик для формирования личностных и профессиональных качеств и развития творческого потенциала обучающихся.

Комплекс полученных знаний и компетенций должен обеспечить способности и умения анализировать тенденции варьирования рыночных характеристик (соотношение спроса и предложения, конъюнктуры рынка, конкуренции и т.д.), своевременно адаптируя к ним маркетинговые стратегии развития компаний; принимать решения, связанные с разработкой маркетинговых мероприятий стратегического и оперативно-тактического планирования, оптимизацией выбора товарного ассортимента, установлением ценовой и коммуникационной политик, формированием системы сбыта и продвижения.

Основная образовательная программа (ООП) ориентирована на реализацию следующих принципов:

- ориентация на научно-исследовательский вид профессиональной деятельности как основной, потребности рынка труда, мировой, национальной и региональной экономики, научно-исследовательские и материально-технические ресурсы в процессе подготовки специалиста (магистра);
- формирование компетенций для оптимизации маркетинговой деятельности, необходимых для обеспечения удовлетворенности потребителей и повышения конкурентоспособности компании, работающей в условиях рыночной экономики;
- формирование готовности к организации проведения научных исследований, инновационного проектирования, разработке моделей исследуемых процессов, явлений и объектов в сфере профессиональной деятельности;
- постоянное выявление и формулирование актуальных научных проблем в сфере профессиональной деятельности;
- самостоятельное выполнение научных исследований применительно к процессам управления, обработка, анализ и обобщение результатов.

Обучение по данной ООП ориентировано на удовлетворение потребностей в высококвалифицированных кадрах рынка труда Новосибирска, Новосибирской области и Российской Федерации в целом.

1.3 Сроки освоения образовательной программы

Объем программы магистратуры составляет 120 зачетных единиц (далее - з.е.) вне зависимости от применяемых образовательных технологий, реализации программы магистратуры по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренному обучению.

Срок получения образования по образовательной программе в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий составляет 2 года. Объем программы магистратуры, реализуемый за один учебный год, составляет не более 60 з.е.

1.4 Язык реализации образовательной программы

Образовательная деятельность по программе магистратуры осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

1.5 Нормативная база

Требования и условия реализации основной образовательной программы определяются Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденным приказом Минобрнауки России от 30.03.15 №322 (зарегистрирован Минюстом России 15.04.15, регистрационный №36854), а также государственными нормативными актами и локальными актами образовательной организации.

1.6 Особенности образовательной программы

При разработке образовательной программы 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа: Маркетинг учтены требования регионального рынка труда (в том числе, региональные особенности профессиональной деятельности выпускников и потребности работодателей), состояние и перспективы развития международной и национальной экономики.

Компетенции, приобретаемые выпускниками, сформулированы также с учетом:

- профессионального стандарта «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г. N 525н),
- профессионального стандарта «Менеджер по продажам информационно-коммуникационных систем» (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 05 октября 2015 г. № 687н),
- профессионального стандарта «Специалист по менеджменту космических продуктов, услуг и технологий» (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 12 февраля 2018 года N 74н),
- проекта профессионального стандарта «Руководитель коммерческой (некоммерческой) организации, подготовленного Министерством труда и социальной защиты РФ по состоянию на 13.03.2014.

Соответствие профессиональных компетенций ФГОС ВО трудовым функциям, сформулированным в профессиональных стандартах, приводится в таблице 1.6.1.

Таблица 1.6.1

Профессиональные компетенции ФГОС ВО в соответствии с профилем образовательной программы	Трудовые функции и квалификационные требования, сформулированные в профессиональном стандарте и/или по предложению работодателей
– способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК -7) – способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (ПК-8) – способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования (ПК-9) – способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-10)	*Руководитель коммерческой (некоммерческой) организации.* **Обобщенная трудовая функция:** Управлять организацией и ее развитием **Трудовые функции:** 1. Разработка общей стратегии организации 2. Согласование стратегии организации с различными заинтересованными сторонами 3. Проведение мониторинга и оценки деятельности организации в соответствии с изменениями внешней среды 4. Разработка организационной структуры, частных политик и процедур, участие в корпоративном управлении 5. Определение задач профессиональной деятельности, зоны и сферы ответственности работников 6. Оценка проводимых изменений в организации и происходящих во внешней среде

– способность решать задачи в области маркетинга, связанные с созданием и выведением на рынок новых продуктов, в том числе инновационных, разработкой стратегии развития продукта на рынке в условиях глобализации (ПК.В-12) – способность самостоятельно организовать реализацию исследовательских проектов, готовить аналитические материалы для принятия управленческих решений в области стратегического и операционного маркетинга (ПК.В-13)	*Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации* **Обобщенные трудовые функции:** • Организация распространения продукции СМИ • Организация продвижения продукции СМИ *Менеджер по продажам информационно-коммуникационных систем* **Обобщенные трудовые функции:** • Руководство продажами организации, формирование сбытовой политики в части инфокоммуникационных систем и/или их составляющих • Руководство коммерческой деятельностью организации, формирование стратегии организации по продаже инфокоммуникационных систем и/или их составляющих *Специалист по менеджменту космических продуктов, услуг и технологий* **Обобщенные трудовые функции:** • Проведение комплексного маркетингового анализа космических продуктов, услуг и технологий • Разработка сбытовой стратегии и программ маркетинга космических продуктов, услуг и технологий • Реализация сбытовой стратегии и программ маркетинга космических продуктов, услуг и технологий **Трудовые функции:** 1. Анализ и оценка новых рыночных возможностей 2. Определение потребностей заказчиков космических продуктов, услуг и технологий 3. Разработка и оценка эффективности маркетинговых стратегий деятельности предприятия на рынке 4. Планирование, осуществление и контроль выполнения маркетинговых мероприятий 5. Организация, проектирование и выполнение маркетинговых исследований 6. Разработка и поддержание маркетинговой информационной системы организации 7. Формирование ценовой политики и стратегии ценообразования организации по продажам продуктов и услуг 8. Разработка стратегии развития продукта на рынке на всех этапах его жизненного цикла 9. Разработка стратегий привлечения клиентов с целью увеличения объемов продаж продуктов или услуг 10. Прогнозирование продаж продуктов, услуг и технологий

При реализации образовательной программы предусмотрено сопровождение обучающихся академическим консультантом, оказывающим содействие в формировании индивидуальных образовательных траекторий, выборе дисциплин, обеспечивающих профессиональное развитие студента.

1.7 Востребованность выпускников

Выпускники по профилю «Маркетинг» продолжают обучение в аспирантуре, получая квалификацию «Исследователь. Преподаватель-исследователь», востребованы ведущими федеральными и международными организациями, такими как ООО «СибирьТрансАзия», СК «ВИРА-Строй», ООО «СИГМА.Новосибирск», ООО «Леви Штраусс Москва», ООО «СибВест», ООО «ПолимерМетиз», ООО «РОЗНИЦА К-1», MARS, Coca Cola HBC Hellenic, ПАО «Сбербанк», и др., со многими из которых заключены договоры о прохождении практики и многостороннем сотрудничестве

2. Квалификационная характеристика выпускника

2.1 Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших образовательную программу, включает:

- управленческую деятельность в организациях любой организационно-правовой формы, в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления;
- управленческую деятельность в органах государственного и муниципального управления;
- предпринимательскую и организационную деятельность в структурах, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело;
- научно-исследовательскую деятельность в научных организациях, связанных с решением управленческих проблем;
- научно-исследовательскую и преподавательскую деятельность в образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования.

2.2 Объектами профессиональной деятельности выпускников образовательной программы являются:

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

2.3 Основным видом профессиональной деятельности, к которой готовится выпускник образовательной программы академической магистратуры, является: ***Научно-исследовательская.***

2.4 Обучающийся готовится к решению следующих **профессиональных задач** в соответствии с направленностью (профилем) образовательной программы и основным видом профессиональной деятельности.

научно-исследовательская (НИ):

- организация проведения научных исследований: определение заданий для групп и отдельных исполнителей, выбор инструментария исследований, анализ их результатов, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования;
- разработка моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов;
- выявление и формулирование актуальных научных проблем;
- подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций;

2.5 Планируемые результаты освоения образовательной программы (компетенции).

В результате освоения образовательной программы у выпускника должны быть сформированы следующие компетенции (таблица 2.5.1).

Таблица 2.5.1

Коды	Компетенции, знания/умения
	Общекультурные компетенции (ОК)
ОК.1	**способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу**
з1	знать системную периодизацию истории науки и техники
з2	знать современную научную картину мира
з3	знать основные методологические концепции современной науки
з4	знать основные методы научного познания
ОК.2	**готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения**
з1	знать методические подходы к процедуре подготовки и принятия решений

	организационно-управленческого характера, порядок поведения в нестандартных ситуациях
у1	уметь анализировать сильные и слабые стороны решения, взвешивать и оценивать возможности и угрозы, быть стрессоустойчивым, нести ответственность за принятые решения
ОК.3	**готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала**
з1	знать основные теории и методы смежных отраслей знаний и особенности видов профессиональной деятельности, методику организации и проведения научной работы и решения практических задач
у1	уметь самостоятельно осваивать новые методы исследований и адаптироваться к решению новых практических задач
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)	
ОПК.1	**готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности**
з1	знать терминологию профессиональной сферы деятельности на иностранном языке
у1	уметь читать и реферировать литературу на иностранном языке
у2	уметь использовать знания языка для профессионального международного общения и в научно-исследовательской деятельности
ОПК.2	**готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия**
з1	уметь оценивать инвестиционную привлекательность проекта с учетом стадии его реализации и типа инвестора
з2	знать принципы, методы, инструменты командообразования и технологии работы в команде
з3	уметь организовывать проектную работу, разрабатывать и контролировать ресурсо-временные проектные показатели
з4	знать особенности взаимодействия экономических агентов в условиях глобализации
у1	знать методологию разработки проектов и программ, в том числе построения, реорганизации, реструктуризации и реинжиниринга бизнес-процессов
у2	уметь управлять финансовыми потоками в соответствии со стратегическими целями организации
у3	уметь применять на практике нормативные правовые акты при разрешении практических ситуаций; составлять договоры, доверенности; оказывать правовую помощь субъектам гражданских правоотношений; анализировать и решать юридические проблемы в сфере гражданских правоотношений; логично и грамотно излагать и обосновывать свою точку зрения по гражданско-правовой тематике
у4	уметь разрабатывать и принимать управленческие решения
ОПК.3	**способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования**
з1	знать научную проблематику в области экономики и управления
у1	уметь определять элементы научной новизны и практическую значимость результатов исследования
Профессиональные компетенции (ПК) ФГОС, относящиеся к основному виду деятельности	
ПК.7	**способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями**
з1	знать источники научной информации
з2	знать современные методы управления корпоративными финансами
з3	знать классификацию, количественные и качественные методы моделирования и управления бизнес-процессами в интегрированных научно-производственных структурах

з4	знать методы стратегического и экономического анализа отраслевых и товарных рынков и экономических агентов в условиях глобализации
з5	знать понятие собственности, формы и виды собственности, основания возникновения и прекращения права собственности, договорные и внедоговорные обязательства, гражданско-правовую ответственность
з6	знать сущность международной экономической системы и закономерности ее развития, механизмы регулирования международных экономических отношений
з7	знать законы эволюции сложных систем; современные концепции управления организациями, подразделениями и сетями; принципы функционального моделирования (проектирования) социально-экономических и технических систем (организационных структур), методы их совершенствования
з8	знать методологию разработки стратегического плана и оценки его эффективности
з9	знать базовые идеи, подходы, технологии разработки и принятия управленческих решений, методы принятия решений в условиях неопределенности и риска
з10	знать сущность и содержание междисциплинарного подхода к решению инновационных задач, основы планирования жизненного цикла инновационной продукции
з11	знать концептуальные подходы к управлению процессом стратегических изменений и создания инноваций, методы управления организационными изменениями в рабочих коллективах (в том числе при внедрении новой техники и технологий)
з12	знать технологии автоматизированного управления объектами и системами, типовые схемы организации информационной службы
у1	уметь анализировать научную проблематику в области экономики и управления
у2	уметь использовать законы естественно-научных дисциплин и применять математический аппарат, методы оптимизации, теории вероятностей, математической статистики, системного анализа для принятия решений в области стратегического и тактического планирования, нормативного проектирования, организации бизнес-процессов и деятельности в целом
у3	уметь обобщать научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике научного исследования, критически его анализировать; подбирать необходимые информационные ресурсы для научных исследований, получать научно-исследовательский опыт в социальных сетях
у4	уметь выявлять и оценивать тенденции технологического развития в наукоемких сферах на основе анализа, обобщения и систематизации передового национального и зарубежного опыта в сфере инноватики, в том числе с использованием интернет-ресурсов
ПК.8	**способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада**
з1	знать методы обобщения результатов исследования, требования к подготовке научного отчета, статьи, доклада и презентационных материалов
у1	уметь обосновывать выводы и аргументированно представлять результаты собственных научных исследований
у2	уметь осуществлять педагогическую деятельность, ориентированную на конкретно-профессиональный вид деятельности в области менеджмента
у3	уметь решать задачи повышения эффективности бизнес-процессов с использованием современных информационных систем, готовить аналитические отчеты по результатам прикладных исследований
ПК.9	**способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования**
з1	знать приоритетные направления научных исследований, включенных в правительственные, отраслевые и корпоративные программы
у1	уметь проводить апробацию научных результатов исследования и оценивать эффективность их внедрения
ПК.10	**способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с**

	разработанной программой
з1	знать методы, средства и практику планирования, организации, проведения и внедрения научных исследований
з2	знать методологию разработки корпоративной стратегии и программ развития организации; способы формирования и реализации системы конкурентных преимуществ организации
з3	знать методологию аналитической деятельности, типы и методы проведения прикладных исследований
у1	уметь формулировать концепцию и логику научного исследования, интерпретировать результаты научных исследований, корректировать программу исследований
у2	уметь проводить комплексное изучение отраслевых рынков, потребителей, поставщиков, материалов и комплектующих, конкурентов, оценивать уровень конкуренции, составлять обзоры конъюнктуры рынка
у3	уметь проводить финансовый анализ для разработки и корректировки стратегических планов, постановки стратегических задач, в том числе с учетом требований региональных предприятий
у4	уметь разрабатывать модели бизнес-процессов (в том числе жизненного цикла наукоемкой продукции)
у5	уметь проводить стратегический анализ поведения экономических агентов и рынков
у6	уметь разрабатывать механизмы взаимодействия экономических агентов в условиях глобальной среды
у7	уметь разрабатывать корпоративную стратегию
у8	уметь формировать оптимальный портфель инвестиций
у9	уметь выполнять технико-экономический анализ проектных, конструкторских и технологических решений для выбора оптимального варианта реализации изменений / инноваций
Профессиональные компетенции (ПК), установленные образовательной организацией дополнительно к компетенциям основного вида деятельности	
ПК.12.В	**способность решать задачи в области маркетинга, связанные с созданием и выведением на рынок новых продуктов, в том числе инновационных, разработкой стратегии развития продукта на рынке в условиях глобализации**
з1	знать методы ценообразования и факторы, влияющие на процесс его формирования
з2	знать современные технологии продвижения продукта на рынок, в том числе в Интернет среде
з3	знать теорию поведения потребителей, включая современные модели принятия решений
з4	знать принципы разработки стратегии развития продукта на рынке на всех этапах его жизненного цикла
з5	знать модели и методы управления новым продуктом
у1	уметь прогнозировать развитие продукта на рынке
у2	уметь оценивать эффективность стратегии продвижения продукта, в том числе в Интернет среде
у3	уметь разрабатывать стратегию вывода на рынок новых продуктов
у4	уметь проводить анализ и оценку новых рыночных возможностей
ПК.13.В	**способеность самостоятельно организовать реализацию исследовательских проектов, готовить аналитические материалы для принятия управленческих решений в области стратегического и операционного маркетинга**
з1	знать принципы организации исследовательских проектов в целях информационного обеспечения принятия управленческих решений в области маркетинга
з2	знать современные методы и технологии сбора, обработки и анализа маркетинговой информации, в том числе в среде Интернет
у1	уметь использовать современные программные продукты в области сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований

у2	уметь разрабатывать и поддерживать маркетинговую информационную систему организации
у3	уметь планировать, осуществлять и контролировать выполнение маркетинговых исследований

Этапы формирования компетенций выпускника приведены в таблице 2.5.2.

Этапы формирования компетенций выпускника

Таблица 2.5.2

Код компетенции	Семестр 1	Семестр 2	Семестр 3	Семестр 4	Семестр 5	Семестр 6	Семестр 7	Семестр 8
ОК.1	История и методология менеджмента; Методы исследований в менеджменте		Философия					
ОК.2	История и методология менеджмента; Теория решений изобретательских задач							
ОК.3	Методы исследований в менеджменте	Корпоративные информационные системы						
ОПК.1	Иностранный язык							
ОПК.2	Корпоративные финансы; Проблемы корпоративного управления в глобальной среде; Теория решений изобретательских задач		Деловые презентации и ораторское искусство; Международное право; Правовые аспекты ведения бизнеса; Управление инновациями					
ОПК.3	История и методология менеджмента; Технология работы с научной информацией			Производственная (преддипломная) практика: научно-исследовательская работа				
ПК.7	История и методология менеджмента; Корпоративное стратегическое управление; Корпоративные финансы; Методы исследований в менеджменте; Проблемы корпоративного управления в глобальной среде; Производственная практика: научно-исследовательская работа; Теория решений изобретательских задач; Технология работы с	Внешнеэкономическая деятельность; Интернет-маркетинг; Информационные технологии в маркетинге; Корпоративные информационные системы; Многоотраслевые интегрированные структуры; Производственная практика: научно-исследовательская работа; Управление маркетинговыми коммуникациями; Управление стоимостью бизнеса; Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений	Правовые аспекты ведения бизнеса; Производственная практика: научно-исследовательская работа; Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая практика); Управление инновациями; Управление маркетингом; Цифровой маркетинг	Производственная практика: научно-исследовательская работа; Производственная (преддипломная) практика: научно-исследовательская работа				

	научной информацией	и навыков; Эконометрическое моделирование в бизнесе						
ПК.8	Методы исследований в менеджменте; Производственная практика: научно-исследовательская работа	Корпоративные информационные системы; Производственная практика: научно-исследовательская работа; Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	Деловые презентации и ораторское искусство; Основы педагогики; Производственная практика: научно-исследовательская работа; Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая практика)	Производственная практика: научно-исследовательская работа; Производственная (преддипломная) практика: научно-исследовательская работа				
ПК.9	История и методология менеджмента; Корпоративное стратегическое управление; Производственная практика: научно-исследовательская работа	Производственная практика: научно-исследовательская работа; Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	Мерчендайзинг; Производственная практика: научно-исследовательская работа; Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая практика)	Производственная практика: научно-исследовательская работа; Производственная (преддипломная) практика: научно-исследовательская работа				
ПК.10	Корпоративное стратегическое управление; Корпоративные финансы; Международный маркетинг; Методы исследований в менеджменте; Проблемы корпоративного управления в глобальной среде; Производственная практика: научно-исследовательская работа; Стратегический маркетинг	Внешнеэкономическая деятельность; Производственная практика: научно-исследовательская работа; Современные методы маркетинговых исследований; Стратегический маркетинг; Управление издержками; Управление поведением потребителей; Управление стоимостью бизнеса; Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	Деловые презентации и ораторское искусство; Директ-маркетинг; Международное право; Производственная практика: научно-исследовательская работа; Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая практика); Управление инновациями; Экономика маркетинга	Производственная практика: научно-исследовательская работа; Производственная (преддипломная) практика: научно-исследовательская работа				
ПК.12.В	Международный маркетинг; Стратегический маркетинг	Интернет-маркетинг; Стратегический маркетинг; Управление издержками; Управление маркетинговыми коммуникациями; Управление поведением потребителей	Директ-маркетинг; Мерчендайзинг; Управление маркетингом; Цифровой маркетинг; Экономика маркетинга					
ПК.13.В	Международный маркетинг; Стратегический маркетинг	Интернет-маркетинг; Информационные технологии в маркетинге; Современные методы	Директ-маркетинг; Управление маркетингом; Цифровой маркетинг; Экономика маркетинга					

		маркетинговых исследований; Стратегический маркетинг; Управление маркетинговыми коммуникациями; Управление поведением потребителей						

3. Содержание образовательной программы

3.1 Структура образовательной программы

Структура образовательной программы приведена в таблице 3.1.1, включает обязательную часть (базовую) и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную).

Таблица 3.1.1

Структура образовательной программы		Объем программы, з.е.
Блок 1	**Дисциплины (модули)**	**69**
	Базовая часть	**18**
	Вариативная часть	**51**
Блок 2	**Практики**	**42**
	Базовая часть	**0**
	Вариативная часть	**42**
Блок 3	**Государственная итоговая аттестация**	**9**
	Базовая часть	**9**
Объем образовательной программы		**120**

3.2 Характеристика содержания дисциплин

Содержание дисциплин (модулей), практик, предусмотренных учебным планом, определяется требованиями к результатам освоения образовательной программы (компетенциями). Соответствие между характеристиками этапов освоения компетенций (знаниями, умениями и опытом деятельности выпускника) и элементами образовательной программы (учебными дисциплинами (модулями) и практиками) приведено в Приложении.

3.3 Применяемые образовательные технологии

Для формирования предусмотренных основной образовательной программой компетенций, реализуются лекционные, практические занятия и лабораторные работы .

При организации образовательного процесса применяются активные, в том числе, интерактивные формы проведения занятий.

Учебным планом предусмотрена самостоятельная работа студентов, которая обеспечена необходимыми методическими материалами, размещенными в ЭБС и информационно-образовательной среде вуза.

3.4 Организация практик

Для достижения планируемых результатов освоения образовательной программы предусматриваются следующие практики:

- Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков,
- Производственная практика: научно-исследовательская работа,
- Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая практика),
- Производственная (преддипломная) практика: научно-исследовательская работа,

Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков проводится в ФГБОУ ВО НГТУ. Способ проведения практик – стационарная, выездная.

Производственная практика: научно-исследовательская работа проводится в ФГБОУ ВО НГТУ. Способ проведения практик – стационарная, выездная.

Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая практика) проводится ФГБОУ ВО НГТУ. Способ проведения практик – стационарная, выездная.

Производственная (преддипломная) практика: научно-исследовательская работа проводится в ООО НЭВЗ-Н, ООО «БАЙТ-ТРАНЗИТ-КОНТИНЕНТ», ООО «Гефест Инжиниринг», ООО «Посевнинский завод спецтехники», ЗАО ЭНЕРГОПРОМ-Новосибирский электродный завод, ООО «Байкал Бизнес Групп», Издательский дом «Комсомольская правда», «Doubletree by Hilton Novosibirsk», ОАО «Российские железные дороги», ООО «Аэропорт Толмачево», ЗАО ОФ Распадская, ТОО «ТОМС Индастриал», МБУК ПКиО «Бугринская роща», ООО Эрнст энд Янг, ООО Мебельная фабрика «Камеа», ООО «СибВест», ООО «Леви Штраусс Москва» и др.Способ проведения практик –стационарная, выездная.

Выбор мест прохождения практик для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

4. Условия реализации образовательной программы подготовки

4.1. Общесистемные требования к реализации программы

Реализация образовательной программы полностью обеспечена материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде НГТУ. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), как на территории организации, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда организации (http:// www.nstu.ru/sveden/eos) обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах;
- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы магистратуры;
- проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет".

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации.

Квалификация руководящих и научно-педагогических работников организации соответствует квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, разделе "Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования", утвержденном приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11 января 2011 г. № 1н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 23 марта 2011 г., регистрационный № 20237).

Доля штатных научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) составляет не менее 60 процентов от общего количества научно-педагогических работников организации.

4.2. Кадровые условия реализации программы

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

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины

(модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу магистратуры, составляет не менее 70 процентов.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное за рубежом и признаваемое в Российской Федерации), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу магистратуры, составляет не менее 80 процентов.

Доля работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы магистратуры (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников, реализующих программу магистратуры, составляет не менее 15 процентов.

4.3. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение программы магистратуры

Образовательная программа реализуется в специальных помещениях, представляющих собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин (модулей).

Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для реализации программы магистратуры, включает в себя лаборатории, оснащенные необходимым лабораторным оборудованием.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.

Образовательная программа полностью обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и ежегодно обновляется).

Электронно-библиотечные системы (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся по программе магистратуры.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и ежегодно обновляется.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

5. Оценка качества подготовки студентов и выпускников

Оценка качества освоения образовательной программы включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и государственную итоговую аттестацию выпускников.

Конкретные формы промежуточной и итоговой аттестации обучающихся по каждой дисциплине определяются учебным планом. Текущая аттестация по дисциплинам проводится на

основе балльно-рейтинговой системы. Правила аттестации по дисциплинам определяются в рабочих программах и доводятся до сведения обучающихся в течение первого месяца изучения дисциплины.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений требованиям образовательной программы (текущая и промежуточная аттестация) создаются фонды оценочных средств, которые могут включать типовые задания, контрольные работы, тесты и методы контроля, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций. Фонды оценочных средств разрабатываются и утверждаются кафедрами, обеспечивающими учебный процесс по дисциплинам образовательной программы.

При разработке оценочных средств для контроля качества изучения дисциплин (модулей), практик учитываются связи между включенными в них знаниями, умениями, навыками, что позволяет установить уровень сформированности компетенций у обучающихся.

В Блок 3 "Государственная итоговая аттестация" входит защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты, а также подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена. Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы и государственному экзамену определяются программой ГИА.

6. Особенности реализации образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При наличии в контингенте обучающихся по образовательной программе инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ЛОВЗ) образовательная программа адаптируется с учетом особых образовательных потребностей таких обучающихся.

При обучении по индивидуальному учебному плану лиц с ограниченными возможностями здоровья срок освоения образовательной программы может быть увеличен по их желанию не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования для соответствующей формы обучения. Объем программы магистратуры за один учебный год при обучении по индивидуальному плану вне зависимости от формы обучения не может составлять более 75 з.е.

При использовании формы инклюзивного обучения составляется индивидуальная программа сопровождения образовательной деятельности студента.

Индивидуальная программа сопровождения образовательной деятельности студента может включать

- сопровождение лекционных и практических занятий прямым и обратным переводом на русский жестовый язык (для студентов с нарушениями слуха);
- посещение групповых и индивидуальных занятий с психологом;
- организационно-педагогическое, психолого-педагогическое, профилактически-оздоровительное, социальное сопровождения учебного процесса.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Соответствие между характеристиками этапов освоения компетенций (знаниями, умениями и опытом деятельности выпускника) и элементами образовательной программы (учебными дисциплинами (модулями) и практиками)

Код компетенции	Код знания/умения	Наименование дисциплин, знания и умения
Дисциплины (модули), базовые		
История и методология менеджмента		
ОК.1	з1	знать системную периодизацию истории науки и техники
ОК.1	з3	знать основные методологические концепции современной науки
ОК.2	з1	знать методические подходы к процедуре подготовки и принятия решений организационно-управленческого характера, порядок поведения в нестандартных ситуациях
ОПК.3	з1	знать научную проблематику в области экономики и управления
ПК.7	з7	знать законы эволюции сложных систем; современные концепции управления организациями, подразделениями и сетями; принципы функционального моделирования (проектирования) социально-экономических и технических систем (организационных структур), методы их совершенствования
ПК.7	у1	уметь анализировать научную проблематику в области экономики и управления
ПК.9	з1	знать приоритетные направления научных исследований, включенных в правительственные, отраслевые и корпоративные программы
Иностранный язык		
ОПК.1	з1	знать терминологию профессиональной сферы деятельности на иностранном языке
ОПК.1	у1	уметь читать и реферировать литературу на иностранном языке
ОПК.1	у2	уметь использовать знания языка для профессионального международного общения и в научно-исследовательской деятельности
Методы исследований в менеджменте		
ОК.1	з4	знать основные методы научного познания
ОК.3	з1	знать основные теории и методы смежных отраслей знаний и особенности видов профессиональной деятельности, методику организации и проведения научной работы и решения практических задач
ОК.3	у1	уметь самостоятельно осваивать новые методы исследований и адаптироваться к решению новых практических задач
ПК.7	у2	уметь использовать законы естественно-научных дисциплин и применять математический аппарат, методы оптимизации, теории вероятностей, математической статистики, системного анализа для принятия решений в области стратегического и тактического планирования, нормативного проектирования, организации бизнес-процессов и деятельности в целом
ПК.8	з1	знать методы обобщения результатов исследования, требования к подготовке научного отчета, статьи, доклада и презентационных материалов
ПК.10	з1	знать методы, средства и практику планирования, организации, проведения и внедрения научных исследований
ПК.10	з3	знать методологию аналитической деятельности, типы и методы проведения прикладных исследований
Правовые аспекты ведения бизнеса		
ОПК.2	у3	уметь применять на практике нормативные правовые акты при разрешении практических ситуаций; составлять договоры, доверенности;

		оказывать правовую помощь субъектам гражданских правоотношений; анализировать и решать юридические проблемы в сфере гражданских правоотношений; логично и грамотно излагать и обосновывать свою точку зрения по гражданско-правовой тематике
ПК.7	з5	знать понятие собственности, формы и виды собственности, основания возникновения и прекращения права собственности, договорные и внедоговорные обязательства, гражданско-правовую ответственность
Корпоративные информационные системы		
ОК.3	у1	уметь самостоятельно осваивать новые методы исследований и адаптироваться к решению новых практических задач
ПК.7	з12	знать технологии автоматизированного управления объектами и системами, типовые схемы организации информационной службы
ПК.7	у2	уметь использовать законы естественно-научных дисциплин и применять математический аппарат, методы оптимизации, теории вероятностей, математической статистики, системного анализа для принятия решений в области стратегического и тактического планирования, нормативного проектирования, организации бизнес-процессов и деятельности в целом
ПК.8	у3	уметь решать задачи повышения эффективности бизнес-процессов с использованием современных информационных систем, готовить аналитические отчеты по результатам прикладных исследований
Дисциплины (модули), вариативные		
Корпоративные финансы		
ОПК.2	у2	уметь управлять финансовыми потоками в соответствии со стратегическими целями организации
ПК.7	з2	знать современные методы управления корпоративными финансами
ПК.10	у3	уметь проводить финансовый анализ для разработки и корректировки стратегических планов, постановки стратегических задач, в том числе с учетом требований региональных предприятий
ПК.10	у8	уметь формировать оптимальный портфель инвестиций
Корпоративное стратегическое управление		
ПК.7	з8	знать методологию разработки стратегического плана и оценки его эффективности
ПК.7	у4	уметь выявлять и оценивать тенденции технологического развития в наукоемких сферах на основе анализа, обобщения и систематизации передового национального и зарубежного опыта в сфере инноватики, в том числе с использованием интернет-ресурсов
ПК.9	з1	знать приоритетные направления научных исследований, включенных в правительственные, отраслевые и корпоративные программы
ПК.10	з2	знать методологию разработки корпоративной стратегии и программ развития организации; способы формирования и реализации системы конкурентных преимуществ организации
ПК.10	у5	уметь проводить стратегический анализ поведения экономических агентов и рынков
ПК.10	у7	уметь разрабатывать корпоративную стратегию
ПК.10	у9	уметь выполнять технико-экономический анализ проектных, конструкторских и технологических решений для выбора оптимального варианта реализации изменений / инноваций
Проблемы корпоративного управления в глобальной среде		
ОПК.2	з4	знать особенности взаимодействия экономических агентов в условиях глобализации
ПК.7	з4	знать методы стратегического и экономического анализа отраслевых и

		товарных рынков и экономических агентов в условиях глобализации
ПК.7	у4	уметь выявлять и оценивать тенденции технологического развития в наукоемких сферах на основе анализа, обобщения и систематизации передового национального и зарубежного опыта в сфере инноватики, в том числе с использованием интернет-ресурсов
ПК.10	у2	уметь проводить комплексное изучение отраслевых рынков, потребителей, поставщиков, материалов и комплектующих, конкурентов, оценивать уровень конкуренции, составлять обзоры конъюнктуры рынка
ПК.10	у5	уметь проводить стратегический анализ поведения экономических агентов и рынков
ПК.10	у6	уметь разрабатывать механизмы взаимодействия экономических агентов в условиях глобальной среды
Теория решений изобретательских задач		
ОК.2	з1	знать методические подходы к процедуре подготовки и принятия решений организационно-управленческого характера, порядок поведения в нестандартных ситуациях
ОПК.2	у4	уметь разрабатывать и принимать управленческие решения
ПК.7	з9	знать базовые идеи, подходы, технологии разработки и принятия управленческих решений, методы принятия решений в условиях неопределенности и риска
Международный маркетинг		
ПК.10	у2	уметь проводить комплексное изучение отраслевых рынков, потребителей, поставщиков, материалов и комплектующих, конкурентов, оценивать уровень конкуренции, составлять обзоры конъюнктуры рынка
ПК.12.В	з2	знать современные технологии продвижения продукта на рынок, в том числе в Интернет среде
ПК.12.В	з4	знать принципы разработки стратегии развития продукта на рынке на всех этапах его жизненного цикла
ПК.12.В	у4	уметь проводить анализ и оценку новых рыночных возможностей
ПК.13.В	у3	уметь планировать, осуществлять и контролировать выполнение маркетинговых исследований
Эконометрическое моделирование в бизнесе		
ПК.7	з3	знать классификацию, количественные и качественные методы моделирования и управления бизнес-процессами в интегрированных научно-производственных структурах
ПК.7	у2	уметь использовать законы естественно-научных дисциплин и применять математический аппарат, методы оптимизации, теории вероятностей, математической статистики, системного анализа для принятия решений в области стратегического и тактического планирования, нормативного проектирования, организации бизнес-процессов и деятельности в целом
Внешнеэкономическая деятельность		
ПК.7	з4	знать методы стратегического и экономического анализа отраслевых и товарных рынков и экономических агентов в условиях глобализации
ПК.7	з6	знать сущность международной экономической системы и закономерности ее развития, механизмы регулирования международных экономических отношений
ПК.10	у2	уметь проводить комплексное изучение отраслевых рынков, потребителей, поставщиков, материалов и комплектующих, конкурентов, оценивать уровень конкуренции, составлять обзоры конъюнктуры рынка
ПК.10	у5	уметь проводить стратегический анализ поведения экономических агентов и рынков

Управление стоимостью бизнеса		
ПК.7	з2	знать современные методы управления корпоративными финансами
ПК.10	з2	знать методологию разработки корпоративной стратегии и программ развития организации; способы формирования и реализации системы конкурентных преимуществ организации
ПК.10	у8	уметь формировать оптимальный портфель инвестиций
Управление поведением потребителей		
ПК.10	у5	уметь проводить стратегический анализ поведения экономических агентов и рынков
ПК.12.В	з3	знать теорию поведения потребителей, включая современные модели принятия решений
ПК.12.В	у2	уметь оценивать эффективность стратегии продвижения продукта, в том числе в Интернет среде
ПК.13.В	у1	уметь использовать современные программные продукты в области сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований
Директ-маркетинг		
ПК.10	з3	знать методологию аналитической деятельности, типы и методы проведения прикладных исследований
ПК.12.В	з2	знать современные технологии продвижения продукта на рынок, в том числе в Интернет среде
ПК.12.В	у2	уметь оценивать эффективность стратегии продвижения продукта, в том числе в Интернет среде
ПК.13.В	з1	знать принципы организации исследовательских проектов в целях информационного обеспечения принятия управленческих решений в области маркетинга
ПК.13.В	з2	знать современные методы и технологии сбора, обработки и анализа маркетинговой информации, в том числе в среде Интернет
Дисциплины (модули), вариативные, по выбору студента		
Управление издержками		
ПК.10	у2	уметь проводить комплексное изучение отраслевых рынков, потребителей, поставщиков, материалов и комплектующих, конкурентов, оценивать уровень конкуренции, составлять обзоры конъюнктуры рынка
ПК.12.В	з1	знать методы ценообразования и факторы, влияющие на процесс его формирования
ПК.12.В	у1	уметь прогнозировать развитие продукта на рынке
ПК.12.В	у4	уметь проводить анализ и оценку новых рыночных возможностей
Информационные технологии в маркетинге		
ПК.7	з1	знать источники научной информации
ПК.7	у3	уметь обобщать научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике научного исследования, критически его анализировать; подбирать необходимые информационные ресурсы для научных исследований, получать научно-исследовательский опыт в социальных сетях
ПК.13.В	з1	знать принципы организации исследовательских проектов в целях информационного обеспечения принятия управленческих решений в области маркетинга
ПК.13.В	з2	знать современные методы и технологии сбора, обработки и анализа маркетинговой информации, в том числе в среде Интернет
ПК.13.В	у2	уметь разрабатывать и поддерживать маркетинговую информационную систему организации
Цифровой маркетинг		

ПК.7	у4	уметь выявлять и оценивать тенденции технологического развития в наукоемких сферах на основе анализа, обобщения и систематизации передового национального и зарубежного опыта в сфере инноватики, в том числе с использованием интернет-ресурсов
ПК.12.В	з2	знать современные технологии продвижения продукта на рынок, в том числе в Интернет среде
ПК.12.В	у2	уметь оценивать эффективность стратегии продвижения продукта, в том числе в Интернет среде
ПК.13.В	з2	знать современные методы и технологии сбора, обработки и анализа маркетинговой информации, в том числе в среде Интернет
Мерчендайзинг		
ПК.9	у1	уметь проводить апробацию научных результатов исследования и оценивать эффективность их внедрения
ПК.12.В	з2	знать современные технологии продвижения продукта на рынок, в том числе в Интернет среде
ПК.12.В	з4	знать принципы разработки стратегии развития продукта на рынке на всех этапах его жизненного цикла
ПК.12.В	з5	знать модели и методы управления новым продуктом
ПК.12.В	у3	уметь разрабатывать стратегию вывода на рынок новых продуктов
Деловые презентации и ораторское искусство		
ОПК.2	з4	знать особенности взаимодействия экономических агентов в условиях глобализации
ПК.8	у3	уметь решать задачи повышения эффективности бизнес-процессов с использованием современных информационных систем, готовить аналитические отчеты по результатам прикладных исследований
ПК.10	з3	знать методологию аналитической деятельности, типы и методы проведения прикладных исследований
ПК.10	у6	уметь разрабатывать механизмы взаимодействия экономических агентов в условиях глобальной среды
Основы педагогики		
ПК.8	у2	уметь осуществлять педагогическую деятельность, ориентированную на конкретно-профессиональный вид деятельности в области менеджмента
Интернет-маркетинг		
ПК.7	у4	уметь выявлять и оценивать тенденции технологического развития в наукоемких сферах на основе анализа, обобщения и систематизации передового национального и зарубежного опыта в сфере инноватики, в том числе с использованием интернет-ресурсов
ПК.12.В	з2	знать современные технологии продвижения продукта на рынок, в том числе в Интернет среде
ПК.12.В	у2	уметь оценивать эффективность стратегии продвижения продукта, в том числе в Интернет среде
ПК.13.В	з2	знать современные методы и технологии сбора, обработки и анализа маркетинговой информации, в том числе в среде Интернет
Многоотраслевые интегрированные структуры		
ПК.7	з10	знать сущность и содержание междисциплинарного подхода к решению инновационных задач, основы планирования жизненного цикла инновационной продукции
ПК.7	з11	знать концептуальные подходы к управлению процессом стратегических изменений и создания инноваций, методы управления организационными изменениями в рабочих коллективах (в том числе при внедрении новой техники и технологий)

ПК.7	у4	уметь выявлять и оценивать тенденции технологического развития в наукоемких сферах на основе анализа, обобщения и систематизации передового национального и зарубежного опыта в сфере инноватики, в том числе с использованием интернет-ресурсов
Управление маркетингом		
ПК.7	з8	знать методологию разработки стратегического плана и оценки его эффективности
ПК.12.В	з2	знать современные технологии продвижения продукта на рынок, в том числе в Интернет среде
ПК.12.В	з3	знать теорию поведения потребителей, включая современные модели принятия решений
ПК.12.В	з4	знать принципы разработки стратегии развития продукта на рынке на всех этапах его жизненного цикла
ПК.12.В	з5	знать модели и методы управления новым продуктом
ПК.12.В	у2	уметь оценивать эффективность стратегии продвижения продукта, в том числе в Интернет среде
ПК.12.В	у3	уметь разрабатывать стратегию вывода на рынок новых продуктов
ПК.12.В	у4	уметь проводить анализ и оценку новых рыночных возможностей
ПК.13.В	у3	уметь планировать, осуществлять и контролировать выполнение маркетинговых исследований
Экономика маркетинга		
ПК.10	у2	уметь проводить комплексное изучение отраслевых рынков, потребителей, поставщиков, материалов и комплектующих, конкурентов, оценивать уровень конкуренции, составлять обзоры конъюнктуры рынка
ПК.12.В	з1	знать методы ценообразования и факторы, влияющие на процесс его формирования
ПК.12.В	у1	уметь прогнозировать развитие продукта на рынке
ПК.12.В	у4	уметь проводить анализ и оценку новых рыночных возможностей
ПК.13.В	з1	знать принципы организации исследовательских проектов в целях информационного обеспечения принятия управленческих решений в области маркетинга
Управление инновациями		
ОПК.2	з1	уметь оценивать инвестиционную привлекательность проекта с учетом стадии его реализации и типа инвестора
ОПК.2	з2	знать принципы, методы, инструменты командообразования и технологии работы в команде
ОПК.2	з3	уметь организовывать проектную работу, разрабатывать и контролировать ресурсо-временные проектные показатели
ОПК.2	у1	знать методологию разработки проектов и программ, в том числе построения, реорганизации, реструктуризации и реинжиниринга бизнес-процессов
ПК.7	з10	знать сущность и содержание междисциплинарного подхода к решению инновационных задач, основы планирования жизненного цикла инновационной продукции
ПК.10	у4	уметь разрабатывать модели бизнес-процессов (в том числе жизненного цикла наукоемкой продукции)
ПК.10	у9	уметь выполнять технико-экономический анализ проектных, конструкторских и технологических решений для выбора оптимального варианта реализации изменений / инноваций
Международное право		
ОПК.2	з4	знать особенности взаимодействия экономических агентов в условиях

		глобализации
ПК.10	у6	уметь разрабатывать механизмы взаимодействия экономических агентов в условиях глобальной среды
Современные методы маркетинговых исследований		
ПК.10	з3	знать методологию аналитической деятельности, типы и методы проведения прикладных исследований
ПК.13.В	з1	знать принципы организации исследовательских проектов в целях информационного обеспечения принятия управленческих решений в области маркетинга
ПК.13.В	з2	знать современные методы и технологии сбора, обработки и анализа маркетинговой информации, в том числе в среде Интернет
ПК.13.В	у1	уметь использовать современные программные продукты в области сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований
ПК.13.В	у2	уметь разрабатывать и поддерживать маркетинговую информационную систему организации
ПК.13.В	у3	уметь планировать, осуществлять и контролировать выполнение маркетинговых исследований
Управление маркетинговыми коммуникациями		
ПК.7	з9	знать базовые идеи, подходы, технологии разработки и принятия управленческих решений, методы принятия решений в условиях неопределенности и риска
ПК.12.В	з2	знать современные технологии продвижения продукта на рынок, в том числе в Интернет среде
ПК.12.В	у2	уметь оценивать эффективность стратегии продвижения продукта, в том числе в Интернет среде
ПК.12.В	у3	уметь разрабатывать стратегию вывода на рынок новых продуктов
ПК.12.В	у4	уметь проводить анализ и оценку новых рыночных возможностей
ПК.13.В	з1	знать принципы организации исследовательских проектов в целях информационного обеспечения принятия управленческих решений в области маркетинга
Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)		
Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков		
ПК.7	з1	знать источники научной информации
ПК.8	з1	знать методы обобщения результатов исследования, требования к подготовке научного отчета, статьи, доклада и презентационных материалов
ПК.9	з1	знать приоритетные направления научных исследований, включенных в правительственные, отраслевые и корпоративные программы
ПК.10	з1	знать методы, средства и практику планирования, организации, проведения и внедрения научных исследований
ПК.10	з3	знать методологию аналитической деятельности, типы и методы проведения прикладных исследований
Производственная практика: научно-исследовательская работа		
ПК.7	у1	уметь анализировать научную проблематику в области экономики и управления
ПК.7	у3	уметь обобщать научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике научного исследования, критически его анализировать; подбирать необходимые информационные ресурсы для научных исследований, получать научно-исследовательский опыт в социальных сетях

ПК.8	з1	знать методы обобщения результатов исследования, требования к подготовке научного отчета, статьи, доклада и презентационных материалов
ПК.8	у1	уметь обосновывать выводы и аргументированно представлять результаты собственных научных исследований
ПК.9	з1	знать приоритетные направления научных исследований, включенных в правительственные, отраслевые и корпоративные программы
ПК.9	у1	уметь проводить апробацию научных результатов исследования и оценивать эффективность их внедрения
ПК.10	з1	знать методы, средства и практику планирования, организации, проведения и внедрения научных исследований
ПК.10	у1	уметь формулировать концепцию и логику научного исследования, интерпретировать результаты научных исследований, корректировать программу исследований
Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая практика)		
ПК.7	з1	знать источники научной информации
ПК.8	у2	уметь осуществлять педагогическую деятельность, ориентированную на конкретно-профессиональный вид деятельности в области менеджмента
ПК.9	у1	уметь проводить апробацию научных результатов исследования и оценивать эффективность их внедрения
ПК.10	з1	знать методы, средства и практику планирования, организации, проведения и внедрения научных исследований
ПК.10	у1	уметь формулировать концепцию и логику научного исследования, интерпретировать результаты научных исследований, корректировать программу исследований
Производственная (преддипломная) практика: научно-исследовательская работа		
ОПК.3	у1	уметь определять элементы научной новизны и практическую значимость результатов исследования
ПК.7	з1	знать источники научной информации
ПК.8	у1	уметь обосновывать выводы и аргументированно представлять результаты собственных научных исследований
ПК.9	у1	уметь проводить апробацию научных результатов исследования и оценивать эффективность их внедрения
ПК.10	з1	знать методы, средства и практику планирования, организации, проведения и внедрения научных исследований
Государственная итоговая аттестация		
Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена		
ОПК.2	з4	знать особенности взаимодействия экономических агентов в условиях глобализации
ПК.7	з10	знать сущность и содержание междисциплинарного подхода к решению инновационных задач, основы планирования жизненного цикла инновационной продукции
ПК.7	у2	уметь использовать законы естественно-научных дисциплин и применять математический аппарат, методы оптимизации, теории вероятностей, математической статистики, системного анализа для принятия решений в области стратегического и тактического планирования, нормативного проектирования, организации бизнес-процессов и деятельности в целом
ПК.10	з2	знать методологию разработки корпоративной стратегии и программ развития организации; способы формирования и реализации системы конкурентных преимуществ организации

ПК.10	у2	уметь проводить комплексное изучение отраслевых рынков, потребителей, поставщиков, материалов и комплектующих, конкурентов, оценивать уровень конкуренции, составлять обзоры конъюнктуры рынка
ПК.10	у7	уметь разрабатывать корпоративную стратегию
ПК.12.В	з3	знать теорию поведения потребителей, включая современные модели принятия решений
ПК.12.В	з4	знать принципы разработки стратегии развития продукта на рынке на всех этапах его жизненного цикла
ПК.12.В	з5	знать модели и методы управления новым продуктом
ПК.12.В	у2	уметь оценивать эффективность стратегии продвижения продукта, в том числе в Интернет среде
ПК.13.В	з1	знать принципы организации исследовательских проектов в целях информационного обеспечения принятия управленческих решений в области маркетинга
ПК.13.В	з2	знать современные методы и технологии сбора, обработки и анализа маркетинговой информации, в том числе в среде Интернет
ПК.13.В	у3	уметь планировать, осуществлять и контролировать выполнение маркетинговых исследований
Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты		
ОК.1	з4	знать основные методы научного познания
ОК.2	у1	уметь анализировать сильные и слабые стороны решения, взвешивать и оценивать возможности и угрозы, быть стрессоустойчивым, нести ответственность за принятые решения
ОК.3	у1	уметь самостоятельно осваивать новые методы исследований и адаптироваться к решению новых практических задач
ОПК.1	у1	уметь читать и реферировать литературу на иностранном языке
ОПК.2	з3	уметь организовывать проектную работу, разрабатывать и контролировать ресурсо-временные проектные показатели
ОПК.3	з1	знать научную проблематику в области экономики и управления
ОПК.3	у1	уметь определять элементы научной новизны и практическую значимость результатов исследования
ПК.7	з1	знать источники научной информации
ПК.7	з3	знать классификацию, количественные и качественные методы моделирования и управления бизнес-процессами в интегрированных научно-производственных структурах
ПК.7	у1	уметь анализировать научную проблематику в области экономики и управления
ПК.7	у3	уметь обобщать научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике научного исследования, критически его анализировать; подбирать необходимые информационные ресурсы для научных исследований, получать научно-исследовательский опыт в социальных сетях
ПК.8	з1	знать методы обобщения результатов исследования, требования к подготовке научного отчета, статьи, доклада и презентационных материалов
ПК.8	у1	уметь обосновывать выводы и аргументированно представлять результаты собственных научных исследований
ПК.9	з1	знать приоритетные направления научных исследований, включенных в правительственные, отраслевые и корпоративные программы
ПК.9	у1	уметь проводить апробацию научных результатов исследования и

		оценивать эффективность их внедрения
ПК.10	з1	знать методы, средства и практику планирования, организации, проведения и внедрения научных исследований
ПК.10	у1	уметь формулировать концепцию и логику научного исследования, интерпретировать результаты научных исследований, корректировать программу исследований
ПК.12.В	у4	уметь проводить анализ и оценку новых рыночных возможностей
ПК.13.В	у1	уметь использовать современные программные продукты в области сбора, обработки и анализа данных маркетинговых исследований
Факультативные дисциплины		
Стратегический маркетинг		
ПК.10	у7	уметь разрабатывать корпоративную стратегию
ПК.12.В	з4	знать принципы разработки стратегии развития продукта на рынке на всех этапах его жизненного цикла
ПК.12.В	у3	уметь разрабатывать стратегию вывода на рынок новых продуктов
ПК.12.В	у4	уметь проводить анализ и оценку новых рыночных возможностей
ПК.13.В	з1	знать принципы организации исследовательских проектов в целях информационного обеспечения принятия управленческих решений в области маркетинга
Философия		
ОК.1	з1	знать системную периодизацию истории науки и техники
ОК.1	з2	знать современную научную картину мира
ОК.1	з3	знать основные методологические концепции современной науки
ОК.1	з4	знать основные методы научного познания
Технология работы с научной информацией		
ОПК.3	з1	знать научную проблематику в области экономики и управления
ПК.7	з1	знать источники научной информации
ПК.7	у1	уметь анализировать научную проблематику в области экономики и управления