

УТВЕРЖДАЮ

План одобрен Ученым советом вуза

Протокол № 11 от 28.05.2021

РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Начальник УМУ

Карапетян Ж.О.

" " 20 г.

по программе магистратуры

38.04.02

38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа: Управление маркетингом в цифровой экономике

Кафедра: Мировой экономики и менеджмента

Факультет: Экономический

Квалификация: Магистр

Форма обучения: Очная

Срок получения образования: 2г

Год начала подготовки (по учебному плану)

2021

Учебный год

2021-2022

Образовательный стандарт (ФГОС)

№ 952 от 12.08.2020

Код	Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности. Профессиональные стандарты	Приказ Минтруда
06	СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ	№ 95н от 19.02.2019 г.
08	ФИНАНСЫ И ЭКОНОМИКА	
08.035	МАРКЕТОЛОГ	№ 366н от 04.06.2018 г.

Основной	Типы задач профессиональной деятельности
+	организационно-управленческий
-	научно-исследовательский

СОГЛАСОВАНО

Декан

/ Шевченко И.В./

Зав. кафедрой

/ Шевченко И.В./

Председатель УМК

/ Дробышевская Л.Н./

Руководитель магистерской программой

/ Воронина Л.А./

Календарный учебный график

Мес	Сентябрь					Октябрь				Ноябрь				Декабрь				Январь				Февраль				Март					Апрель				Май					Июнь				Июль				Август							
Числа	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28	29 - 5	6 - 12	13 - 19	20 - 26	27 - 2	3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 30	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28	29 - 4	5 - 11	12 - 18	19 - 25	26 - 1	2 - 8	9 - 15	16 - 22	23 - 1	2 - 8	9 - 15	16 - 22	23 - 29	30 - 5	6 - 12	13 - 19	20 - 26	27 - 3	4 - 10	11 - 17	18 - 24	25 - 31	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28	29 - 5	6 - 12	13 - 19	20 - 26	27 - 2	3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 31			
Нед	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52			
I										*			У	У	У	У		У	У	У	У	Э	К			*											П	П	П	П	П	П	П	П	П	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	
												У	У														*								*	П	*	П																	
II										*			П	П	П	П		П	П	П	П	Э	К			*										П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	К	К	К	К	К	
												П	П	П	П	П				П	П	Э	К													П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	К	К	К	К	К
												П	П	П	П	П				П	П	Э	К				*								*	П	*	П	Э	К	К	Д	Д	Д	Д	Д	Д	Д	Д	Д	Д	К	К	К	К

Сводные данные

		Курс 1			Курс 2			Итого
		Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4	Всего	
	Теоретическое обучение	11 4/6	12	23 4/6	11 4/6	8	19 4/6	43 2/6
Э	Экзаменационные сессии	1	1	2	1	1	2	4
У	Учебная практика	8		8				8
П	Производственная практика		6	6	8	6	14	20
Д	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы					4	4	4
К	Каникулы	1	9	10	1	9	10	20
*	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	1 2/6□ (8 дн)	1□ (6 дн)	2 2/6□ (14 дн)	1 2/6□ (8 дн)	1□ (6 дн)	2 2/6□ (14 дн)	4 4/6□ (28 дн)
Продолжительность обучения □ (не включая нерабочие праздничные дни и каникулы)		более 39 нед.			более 39 нед.			
Итого		23	29	52	23	29	52	104
Студентов								
Групп								

-	-	-	Форма контроля				з.е.		Итого акад.часов							Курс 1		Курс 2		Закрепленная кафедра	
																Семест р 1	Семест р 2	Семест р 3	Семест р 4		
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Эксперт ное	Факт	Эксперт ное	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	Конт роль	Пр. подгот	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	Код	Наименование
Блок 1.Дисциплины (модули)							72	72	2592	2592	696	690	1682.4	213.6		18	21	19	14		
Обязательная часть							17	17	612	612	171.4	170	387.2	53.4		8	9				
+	Б1.О.01	Бизнес-модели и стратегическое управление	1				3	3	108	108	30.3	30	51	26.7		3				48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.О.02	Информационно-аналитические системы в менеджменте		1			3	3	108	108	24.2	24	83.8			3				48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.О.03	Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере		1			2	2	72	72	24.2	24	47.8			2				48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.О.04	Современные теории и практики управления	2			2	4	4	144	144	44.3	44	73	26.7			4			48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.О.05	Методы принятия организационно-управленческих решений		2			3	3	108	108	24.2	24	83.8				3			48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.О.06	Технологии личного роста		2			2	2	72	72	24.2	24	47.8				2			65	Экономики предприятия, регионального и кадрового менеджмента
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							55	55	1980	1980	524.6	520	1295.2	160.2		10	12	19	14		
+	Б1.В.01	Теория и методология современного маркетинга	1				3	3	108	108	30.3	30	51	26.7		3				48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.В.02	Методология научных исследований		1			2	2	72	72	24.2	24	47.8			2				48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.В.03	Организация предпринимательской деятельности и бизнес- планирование		1			3	3	108	108	24.2	24	83.8			3				48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.В.04	Управление персоналом		1			2	2	72	72	24.2	24	47.8			2				48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.В.05	Практикум по проведению маркетинговых исследований	2				3	3	108	108	30.3	30	51	26.7			3			48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.В.06	Маркетинг инноваций и изменений		2			2	2	72	72	24.2	24	47.8				2			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.07	Правовое обеспечение маркетинговой деятельности		2			2	2	72	72	24.2	24	47.8				2			48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.В.08	Стратегический анализ в маркетинговой деятельности		2			2	2	72	72	24.2	24	47.8				2			48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.В.09	Ценообразование в маркетинге		2			3	3	108	108	24.2	24	83.8				3			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.10	Организация и планирование маркетинговых программ	3				4	4	144	144	30.3	30	87	26.7				4		48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.В.11	Технологии и инструменты интернет-маркетинга	3				3	3	108	108	30.3	30	51	26.7				3		48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.В.12	Бренд-менеджмент		3			3	3	108	108	24.2	24	83.8					3		48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.В.13	Основы графического и веб-дизайна		3			3	3	108	108	24.2	24	83.8					3		48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.В.14	Управление каналами распределения и маркетинговая логистика		3			3	3	108	108	24.2	24	83.8					3		48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.В.15	HR маркетинг		3			3	3	108	108	24.2	24	83.8					3		48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.В.16	Маркетинг в социальных медиа	4				3	3	108	108	32.3	32	49	26.7					3	48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.В.17	Практикум по организации BTL и event - мероприятий	4				4	4	144	144	32.3	32	85	26.7					4	48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.В.18	Научно-исследовательский семинар		4			3	3	108	108	24.2	24	83.8						3	48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.В.ДЭ.01	Элективные дисциплины (модули) 1 (ДЭ.1)		4			2	2	72	72	24.2	24	47.8						2	48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.В.ДЭ.01.01	Управление изменениями в VUCA-мире		4			2	2	72	72	24.2	24	47.8						2	48	Мировой экономики и менеджмента
-	Б1.В.ДЭ.01.02	Практикум по менеджменту в реалиях VUCA- мира		4			2	2	72	72	24.2	24	47.8						2	48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.В.ДЭ.02	Элективные дисциплины (модули) 2 (ДЭ.2)		4			2	2	72	72	24.2	24	47.8						2	48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б1.В.ДЭ.02.01	Маркетинг консалтинговых услуг и продуктов		4			2	2	72	72	24.2	24	47.8						2	48	Мировой экономики и менеджмента
-	Б1.В.ДЭ.02.02	B2B маркетинг		4			2	2	72	72	24.2	24	47.8						2	48	Мировой экономики и менеджмента
Блок 2.Практика							42	42	1512	1512	15		1497			12	9	12	9		
Обязательная часть							9	9	324	324	4		320				9				
+	Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:		2			9	9	324	324	4		320				9				
+	Б2.О.01.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 1)		2			9	9	324	324	4		320					9		48	Мировой экономики и менеджмента
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							33	33	1188	1188	11		1177			12		12	9		
+	Б2.В.01	Учебная практика, в т.ч.:		1			12	12	432	432	4		428			12					
+	Б2.В.01.01(У)	Научно-исследовательская работа		1			12	12	432	432	4		428			12				48	Мировой экономики и менеджмента

+	Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:		34			21	21	756	756	7		749					12	9		
+	Б2.В.02.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 2)		3			12	12	432	432	4		428					12		48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б2.В.02.02(П)	Научно-исследовательская работа		4			9	9	324	324	3		321						9	48	Мировой экономики и менеджмента
Блок 3.Государственная итоговая аттестация							6	6	216	216	25.5		190.5						6		
+	Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы					6	6	216	216	25.5		190.5						6		
+	Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы					4	4	144	144	25		119						4	48	Мировой экономики и менеджмента
+	Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы					2	2	72	72	0.5		71.5						2	48	Мировой экономики и менеджмента
ФТД.Факультативные дисциплины							2	2	72	72	12.4	12	59.6				1	1			
+	ФТД.01	Практикум по технологиям работы с источниками научной информации		2			1	1	36	36	6.2	6	29.8				1			48	Мировой экономики и менеджмента
+	ФТД.02	Практикум по научно-исследовательской деятельности		3			1	1	36	36	6.2	6	29.8					1		48	Мировой экономики и менеджмента

			Форма контроля			з.е.		Итого зад. часов		Курс 1										Курс 2										Зачисленная кафедра								
Семестр в плане	Инициал	Наименование	Экз	Зачет	Зачет с оц.	Эксперт	Выст	Часы в з.е.	Эксперт	По плану	Конт. роль	СР	Конт. роль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	КРП	ИРР	СР	Конт. роль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	КРП	ИРР	СР	Конт. роль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	КРП	ИРР	СР	Конт. роль	
Блок 1. Дисциплины (модули)																																						
Обязательная часть																																						
+	Б1.О.01	Бизнес-модели и стратегическое управление				3	3	36	108	108	30,3	51	26,7																									
+	Б1.О.02	Информационно-аналитические системы в промышленности	1			3	3	36	108	108	24,2	83,8																										
+	Б1.О.03	Теория и практика неэкономической коммуникации в профессиональной сфере		1		2	2	36	72	72	24,2	47,8																										
+	Б1.О.04	Современные теории и практики управления	2			2	4	4	36	144	44,3	73	26,7																									
+	Б1.О.05	Методы принятия организационно-управленческих решений		2		3	3	36	108	108	24,2	83,8																										
+	Б1.О.06	Теория личностного роста		2		2	2	36	72	72	24,2	47,8																										
Часть, формируемая участниками образовательных отношений																																						
+	Б1.В.01	Теория и методология современного маркетинга	1			3	3	36	108	108	30,3	51	26,7																									
+	Б1.В.02	Методология научных исследований		1		2	2	36	72	72	24,2	47,8																										
+	Б1.В.03	Организация предпринимательской деятельности и Бизнес-планирование		1		3	3	36	108	108	24,2	83,8																										
+	Б1.В.04	Управление персоналом		1		2	2	36	72	72	24,2	47,8																										
+	Б1.В.05	Практикум по проведению маркетинговых исследований	2			3	3	36	108	108	30,3	51	26,7																									
+	Б1.В.06	Маркетинг инноваций и изменений		2		2	2	36	72	72	24,2	47,8																										
+	Б1.В.07	Практикум по обеспечению маркетинговой деятельности		2		2	2	36	72	72	24,2	47,8																										
+	Б1.В.08	Стратегический анализ в маркетинговой деятельности		2		2	2	36	72	72	24,2	47,8																										
+	Б1.В.09	Ценообразование в маркетинге		2		3	3	36	108	108	24,2	83,8																										
+	Б1.В.10	Организация и планирование маркетинговых процессов	3			4	4	4	36	144	44	30,3	87	26,7																								
+	Б1.В.11	Технологии и инструменты интернет-маркетинга	3			3	3	36	108	108	30,3	51	26,7																									
+	Б1.В.12	Бренд-менеджмент		3		3	3	36	108	108	24,2	83,8																										
+	Б1.В.13	Основы графического и веб-дизайна		3		3	3	36	108	108	24,2	83,8																										
+	Б1.В.14	Управление каналами распространения и коммерческой рекламы		3		3	3	36	108	108	24,2	83,8																										
+	Б1.В.15	HR-маркетинг		3		3	3	36	108	108	24,2	83,8																										
+	Б1.В.16	Маркетинг в социальных медиа		4		3	3	36	108	108	32,3	49	26,7																									
+	Б1.В.17	Практикум по организации БТЛ и event-маркетинга	4			4	4	36	144	144	32,3	85	26,7																									
+	Б1.В.18	Научно-исследовательский семинар		4		3	3	36	108	108	24,2	83,8																										
+	Б1.В.Д3.01	Экспертные дисциплины (модуль) 1 (Д3.1)		4		2	2	72	72	24,2	47,8																											
+	Б1.В.Д3.01.01	Управление изменениями в VUCA-мире		4		2	2	36	72	72	24,2	47,8																										
-	Б1.В.Д3.01.02	Практикум по менеджменту в реалии VUCA-мира		4		2	2	36	72	72	24,2	47,8																										
+	Б1.В.Д3.02	Экспертные дисциплины (модуль) 2 (Д3.2)		4		2	2	72	72	24,2	47,8																											
+	Б1.В.Д3.02.01	Маркетинг консалтинговых услуг и продуктов		4		2	2	36	72	72	24,2	47,8																										
+	Б1.В.Д3.02.02	B2B маркетинг		4		2	2	36	72	72	24,2	47,8																										
Блок 2. Практика																																						
Обязательная часть																																						
+	Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	2			9	9	324	324	4	320																											
+	Б2.О.01.01(ПТ)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 1)		2		9	9	36	324	324	4	320																										
Часть, формируемая участниками образовательных отношений																																						
+	Б2.В.01	Учебная практика, в т.ч.:	1			33	33	1188	1188	11	1177																											
+	Б2.В.01.01(У)	Научно-исследовательская работа		1		12	12	432	432	4	428																											
+	Б2.В.01.01(У)	Научно-исследовательская работа		1		12	12	36	432	432	4	428																										
+	Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	34			21	21	756	756	7	749																											
+	Б2.В.02.01(ПТ)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 2)		3		12	12	36	432	432	4	428																										
+	Б2.В.02.02(ПТ)	Научно-исследовательская работа		4		9	9	36	324	324	3	321																										
Блок 3. Государственная итоговая аттестация																																						
+	Б3.О.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы		6		6	6	216	216	25,5	190,5																											
+	Б3.О.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы		4		4	4	36	144	144	25	119																										
+	Б3.О.02	Защита выпускной квалификационной работы		2		2	2	36	72	72	0,5	71,5																										
ФТД. Факультативные дисциплины																																						
+	ФТД.01	Практикум по технологиям работы с источниками научной информации		2		1	1	36	36	36	6,2	29,8																										
+	ФТД.02	Практикум по научно-исследовательской деятельности		3		1	1	36	36	36	6,2	29,8																										
Зачисленная кафедра																																						
Наименование																																						
Компетенции																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						
ИТОГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ																																						

Индекс	Содержание	Тип
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК
ИУК-1.1	Анализирует проблемную ситуацию как целостную систему, выявляя ее составляющие и связи между ними	-
Б1.В.08	Стратегический анализ в маркетинговой деятельности	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ИУК-1.2	Вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации	-
Б1.В.08	Стратегический анализ в маркетинговой деятельности	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК
ИУК-2.1	Понимает принципы проектного подхода к управлению	-
Б1.В.10	Организация и планирование маркетинговых программ	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ИУК-2.2	Демонстрирует способность управления проектом на всех этапах его жизненного цикла	-
Б1.В.10	Организация и планирование маркетинговых программ	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК
ИУК-3.1	Понимает и знает особенности формирования и руководства командой	-
Б1.В.04	Управление персоналом	
Б1.В.15	HR маркетинг	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ИУК-3.2	Организует работу команды и обеспечивает разработку командной стратегии для выполнения поставленных задач	-
Б1.В.04	Управление персоналом	
Б1.В.15	HR маркетинг	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК
ИУК-4.1	Использует современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия на государственном и иностранном(ых) языке(ах)	-
Б1.О.03	Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере	

	БЗ.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
	БЗ.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
	БЗ.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
УК-5		Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК
	ИУК-5.1	Имеет представление о влиянии разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия	-
	Б1.О.03	Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере	
	БЗ.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
	БЗ.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
	БЗ.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
	ИУК-5.2	Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	-
	Б1.О.03	Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере	
	БЗ.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
	БЗ.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
	БЗ.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
УК-6		Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК
	ИУК-6.1	Определяет стимулы, мотивы и приоритеты собственной деятельности и цели карьерного роста	-
	Б1.О.06	Технологии личностного роста	
	БЗ.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
	БЗ.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
	БЗ.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
	ИУК-6.2	Реализует и корректирует стратегию личностного и профессионального развития на основе самооценки	-
	Б1.О.06	Технологии личностного роста	
	БЗ.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
	БЗ.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
	БЗ.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-1		Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления;	ОПК
	ИОПК-1.1	Применяет знания экономической, организационной и управленческой теории, инновационные подходы для решения практических и/или исследовательских задач	-
	Б1.О.04	Современные теории и практики управления	
	Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	
	Б2.О.01.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 1)	
	БЗ.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
	БЗ.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
	БЗ.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
	ИОПК-1.2	Осуществляет критический анализ практик управления и выбирает теоретическую модель для решения управленческих и/или исследовательских задач в сферах экономической, организационной деятельности	-
	Б1.О.04	Современные теории и практики управления	
	Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	
	Б2.О.01.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 1)	
	БЗ.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
	БЗ.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	

	Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-2		Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач;	ОПК
	ИОПК-2.1	Выбирает современные техники и методики сбора данных при решении управленческих и исследовательских задач	-
	Б1.О.02	Информационно-аналитические системы в менеджменте	
	Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	
	Б2.О.01.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 1)	
	Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ИОПК-2.2		Применяет продвинутые методы обработки и анализа информации, в том числе интеллектуальные информационно-аналитические системы, для решения управленческих и исследовательских задач	-
	Б1.О.02	Информационно-аналитические системы в менеджменте	
	Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	
	Б2.О.01.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 1)	
	Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ИОПК-2.3		Использует современные информационные технологии при решении управленческих и исследовательских задач	-
	Б1.О.02	Информационно-аналитические системы в менеджменте	
	Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	
	Б2.О.01.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 1)	
	Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-3		Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды;	ОПК
	ИОПК-3.1	Обосновывает организационно-управленческие решения	-
	Б1.О.05	Методы принятия организационно-управленческих решений	
	Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	
	Б2.О.01.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 1)	
	Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ИОПК-3.2		Оценивает операционную и организационную эффективность и социальную значимость управленческих решений	-
	Б1.О.05	Методы принятия организационно-управленческих решений	
	Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	
	Б2.О.01.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 1)	
	Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	

ИОПК-3.3		Обеспечивает реализацию управленческих и исследовательских задач в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	-
	Б1.О.05	Методы принятия организационно-управленческих решений	
	Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	
	Б2.О.01.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 1)	
	Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-4		Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций;	ОПК
ИОПК-4.1		Демонстрирует способность руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков	-
	Б1.О.04	Современные теории и практики управления	
	Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	
	Б2.О.01.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 1)	
	Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ИОПК-4.2		Выявляет и оценивает новые рыночные возможности, разрабатывает стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	-
Б1.О.01		Бизнес-модели и стратегическое управление	
	Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	
	Б2.О.01.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 1)	
	Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-5		Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты.	ОПК
ИОПК-5.1		Демонстрирует способность обобщать результаты отечественных и зарубежных научных исследований в менеджменте и смежных областях	-
	Б1.О.04	Современные теории и практики управления	
	Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	
	Б2.О.01.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 1)	
	Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ИОПК-5.2		Критически оценивает результаты и выявляет перспективные направления научных исследований в менеджменте	-
Б1.О.04		Современные теории и практики управления	
	Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	
	Б2.О.01.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 1)	
	Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	

Тип задач проф. деятельности:	организационно-управленческий	
ПК-2	Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга	-
ИПК-2.1	Применяет инструменты управления инновационными товарами и нематериальными активами	-
Б1.В.05	Практикум по проведению маркетинговых исследований	
Б1.В.06	Маркетинг инноваций и изменений	
Б1.В.07	Правовое обеспечение маркетинговой деятельности	
Б1.В.12	Бренд-менеджмент	
Б1.В.ДЭ.01.01	Управление изменениями в VUCA-мире	
Б1.В.ДЭ.01.02	Практикум по менеджменту в реалиях VUCA- мира	
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.В.02.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 2)	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ИПК-2.2	Разрабатывает и совершенствует политику ценообразования с использованием инструментов комплекса маркетинга	-
Б1.В.05	Практикум по проведению маркетинговых исследований	
Б1.В.07	Правовое обеспечение маркетинговой деятельности	
Б1.В.09	Ценообразование в маркетинге	
Б1.В.10	Организация и планирование маркетинговых программ	
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.В.02.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 2)	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ИПК-2.3	Разрабатывает и совершенствует систему распределения и сбытовую политику	-
Б1.В.05	Практикум по проведению маркетинговых исследований	
Б1.В.07	Правовое обеспечение маркетинговой деятельности	
Б1.В.14	Управление каналами распределения и маркетинговая логистика	
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.В.02.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 2)	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ИПК-2.4	Формирует и совершенствует систему маркетинговых коммуникаций	-
Б1.В.07	Правовое обеспечение маркетинговой деятельности	
Б1.В.08	Стратегический анализ в маркетинговой деятельности	
Б1.В.10	Организация и планирование маркетинговых программ	
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.В.02.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 2)	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	

	Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ПК-3		Способен осуществлять стратегическое планирование интернет проектов	ПК
	ИПК-3.1	Использует формы и методы проведения деловых переговоров в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	-
	Б1.В.01	Теория и методология современного маркетинга	
	Б1.В.03	Организация предпринимательской деятельности и бизнес- планирование	
	Б1.В.07	Правовое обеспечение маркетинговой деятельности	
	Б1.В.08	Стратегический анализ в маркетинговой деятельности	
	Б1.В.11	Технологии и инструменты интернет-маркетинга	
	Б1.В.13	Основы графического и веб-дизайна	
	Б1.В.16	Маркетинг в социальных медиа	
	Б1.В.17	Практикум по организации BTL и event - мероприятий	
	Б1.В.ДЭ.02.01	Маркетинг консалтинговых услуг и продуктов	
	Б1.В.ДЭ.02.02	B2B маркетинг	
	Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
	Б2.В.02.02(П)	Научно-исследовательская работа	
	Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
	ИПК-3.2	Оценивает эффективность продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	-
	Б1.В.01	Теория и методология современного маркетинга	
	Б1.В.03	Организация предпринимательской деятельности и бизнес- планирование	
	Б1.В.04	Управление персоналом	
	Б1.В.08	Стратегический анализ в маркетинговой деятельности	
	Б1.В.10	Организация и планирование маркетинговых программ	
	Б1.В.11	Технологии и инструменты интернет-маркетинга	
	Б1.В.17	Практикум по организации BTL и event - мероприятий	
	Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
	Б2.В.02.02(П)	Научно-исследовательская работа	
	Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
	Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
	ИПК-3.3	Разрабатывает стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	-
	Б1.В.01	Теория и методология современного маркетинга	
	Б1.В.03	Организация предпринимательской деятельности и бизнес- планирование	
	Б1.В.04	Управление персоналом	
	Б1.В.09	Ценообразование в маркетинге	
	Б1.В.10	Организация и планирование маркетинговых программ	
	Б1.В.11	Технологии и инструменты интернет-маркетинга	
	Б1.В.13	Основы графического и веб-дизайна	
	Б1.В.15	HR маркетинг	
	Б1.В.16	Маркетинг в социальных медиа	

Б1.В.17	Практикум по организации BTL и event - мероприятий	
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.В.02.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 2)	
Б2.В.02.02(П)	Научно-исследовательская работа	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ИПК-3.4	Формирует и обосновывает бюджет продвижения проекта информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	-
Б1.В.01	Теория и методология современного маркетинга	
Б1.В.03	Организация предпринимательской деятельности и бизнес- планирование	
Б1.В.09	Ценообразование в маркетинге	
Б1.В.10	Организация и планирование маркетинговых программ	
Б1.В.11	Технологии и инструменты интернет-маркетинга	
Б1.В.ДЭ.02.01	Маркетинг консалтинговых услуг и продуктов	
Б1.В.ДЭ.02.02	B2B маркетинг	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ИПК-3.5	Демонстрирует способность использовать инструменты контроля стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	-
Б1.В.01	Теория и методология современного маркетинга	
Б1.В.03	Организация предпринимательской деятельности и бизнес- планирование	
Б1.В.04	Управление персоналом	
Б1.В.10	Организация и планирование маркетинговых программ	
Б1.В.11	Технологии и инструменты интернет-маркетинга	
Б1.В.ДЭ.02.01	Маркетинг консалтинговых услуг и продуктов	
Б1.В.ДЭ.02.02	B2B маркетинг	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ИПК-3.6	Демонстрирует способность использовать методы формирования отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	-
Б1.В.04	Управление персоналом	
Б1.В.10	Организация и планирование маркетинговых программ	
Б1.В.13	Основы графического и веб-дизайна	
Б1.В.17	Практикум по организации BTL и event - мероприятий	
Б1.В.ДЭ.02.01	Маркетинг консалтинговых услуг и продуктов	
Б1.В.ДЭ.02.02	B2B маркетинг	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ПК-4	Способен осуществлять управление персоналом	ПК

ИПК-4.1	Разрабатывает систему мотивации специалистов по интернет- маркетингу	-
Б1.В.03	Организация предпринимательской деятельности и бизнес- планирование	
Б1.В.04	Управление персоналом	
Б1.В.07	Правовое обеспечение маркетинговой деятельности	
Б1.В.08	Стратегический анализ в маркетинговой деятельности	
Б1.В.15	HR маркетинг	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ИПК-4.2	Демонстрирует способность формировать требования к составу и квалификации специалистов по интернет- маркетингу	-
Б1.В.03	Организация предпринимательской деятельности и бизнес- планирование	
Б1.В.04	Управление персоналом	
Б1.В.07	Правовое обеспечение маркетинговой деятельности	
Б1.В.08	Стратегический анализ в маркетинговой деятельности	
Б1.В.15	HR маркетинг	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ИПК-4.3	Демонстрирует способность использовать методы и инструменты управления специалистами по интернет-маркетингу и контроля их работы	-
Б1.В.03	Организация предпринимательской деятельности и бизнес- планирование	
Б1.В.04	Управление персоналом	
Б1.В.07	Правовое обеспечение маркетинговой деятельности	
Б1.В.11	Технологии и инструменты интернет-маркетинга	
Б1.В.15	HR маркетинг	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
Тип задач проф. деятельности:	научно-исследовательский	
ПК-1	Способность осуществлять самостоятельные научные исследования по перспективным направлениям развития менеджмента	ПК
ИПК-1.1	Выявляет перспективные направления исследования, обосновывает актуальность темы исследования и составляет программу исследований	-
Б1.В.02	Методология научных исследований	
Б2.В.01	Учебная практика, в т.ч.:	
Б2.В.01.01(У)	Научно-исследовательская работа	
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.В.02.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 2)	
Б2.В.02.02(П)	Научно-исследовательская работа	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ИПК-1.2	Выполняет самостоятельные научные исследования в соответствии с разработанной программой	-

Б1.В.02	Методология научных исследований	
Б1.В.18	Научно-исследовательский семинар	
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.В.02.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 2)	
Б2.В.02.02(П)	Научно-исследовательская работа	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ФТД.01	Практикум по технологиям работы с источниками научной информации	
ФТД.02	Практикум по научно-исследовательской деятельности	
ИПК-1.3	Представляет результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада	-
Б1.В.18	Научно-исследовательский семинар	
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.В.02.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 2)	
Б2.В.02.02(П)	Научно-исследовательская работа	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	

Индекс		Наименование	Формируемые компетенции
Б1		Дисциплины (модули)	ИУК-1.1; ИУК-1.2; ИУК-2.1; ИУК-2.2; ИУК-3.1; ИУК-3.2; ИУК-4.1; ИУК-5.1; ИУК-5.2; ИУК-6.1; ИУК-6.2; ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-2.3; ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; ИОПК-3.3; ИОПК-4.1; ИОПК-4.2; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2; ИПК-1.1; ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5; ИПК-3.6; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3; ИПК-2.4; ИПК-2.3
Б1.О		Обязательная часть	ИУК-4.1; ИУК-5.1; ИУК-5.2; ИУК-6.1; ИУК-6.2; ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-2.3; ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; ИОПК-3.3; ИОПК-4.1; ИОПК-4.2; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2
Б1.О.01		Бизнес-модели и стратегическое управление	ИОПК-4.2
Б1.О.02		Информационно-аналитические системы в менеджменте	ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-2.3
Б1.О.03		Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере	ИУК-4.1; ИУК-5.1; ИУК-5.2
Б1.О.04		Современные теории и практики управления	ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-4.1; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2
Б1.О.05		Методы принятия организационно-управленческих решений	ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; ИОПК-3.3
Б1.О.06		Технологии личностного роста	ИУК-6.1; ИУК-6.2
Б1.В		Часть, формируемая участниками образовательных отношений	ИУК-1.1; ИУК-1.2; ИУК-2.1; ИУК-2.2; ИУК-3.1; ИУК-3.2; ИПК-1.1; ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5; ИПК-3.6; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3; ИПК-2.4; ИПК-2.3
Б1.В.01		Теория и методология современного маркетинга	ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5
Б1.В.02		Методология научных исследований	ИПК-1.1; ИПК-1.2
Б1.В.03		Организация предпринимательской деятельности и бизнес-планирование	ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3
Б1.В.04		Управление персоналом	ИУК-3.1; ИУК-3.2; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.5; ИПК-3.6; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3
Б1.В.05		Практикум по проведению маркетинговых исследований	ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-2.3
Б1.В.06		Маркетинг инноваций и изменений	ИПК-2.1
Б1.В.07		Правовое обеспечение маркетинговой деятельности	ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-3.1; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3; ИПК-2.4; ИПК-2.3
Б1.В.08		Стратегический анализ в маркетинговой деятельности	ИУК-1.1; ИУК-1.2; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-2.4
Б1.В.09		Ценообразование в маркетинге	ИПК-2.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4
Б1.В.10		Организация и планирование маркетинговых программ	ИУК-2.1; ИУК-2.2; ИПК-2.2; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5; ИПК-3.6; ИПК-2.4
Б1.В.11		Технологии и инструменты интернет-маркетинга	ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5; ИПК-4.3
Б1.В.12		Бренд-менеджмент	ИПК-2.1
Б1.В.13		Основы графического и веб-дизайна	ИПК-3.1; ИПК-3.3; ИПК-3.6
Б1.В.14		Управление каналами распределения и маркетинговая логистика	ИПК-2.3
Б1.В.15		HR маркетинг	ИУК-3.1; ИУК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3
Б1.В.16		Маркетинг в социальных медиа	ИПК-3.1; ИПК-3.3
Б1.В.17		Практикум по организации BTL и event - мероприятий	ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.6
Б1.В.18		Научно-исследовательский семинар	ИПК-1.2; ИПК-1.3
Б1.В.ДЭ.01		Элективные дисциплины (модули) 1 (ДЭ.1)	ИПК-2.1
Б1.В.ДЭ.01.01		Управление изменениями в VUCA-мире	ИПК-2.1
Б1.В.ДЭ.01.02		Практикум по менеджменту в реалиях VUCA-мира	ИПК-2.1
Б1.В.ДЭ.02		Элективные дисциплины (модули) 2 (ДЭ.2)	ИПК-3.1; ИПК-3.4; ИПК-3.5; ИПК-3.6
Б1.В.ДЭ.02.01		Маркетинг консалтинговых услуг и продуктов	ИПК-3.1; ИПК-3.4; ИПК-3.5; ИПК-3.6
Б1.В.ДЭ.02.02		B2B маркетинг	ИПК-3.1; ИПК-3.4; ИПК-3.5; ИПК-3.6

Б2	Практика	ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-2.3; ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; ИОПК-3.3; ИОПК-4.1; ИОПК-4.2; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2; ИПК-1.1; ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-2.3; ИПК-2.4
Б2.О	Обязательная часть	ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-2.3; ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; ИОПК-3.3; ИОПК-4.1; ИОПК-4.2; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2
Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-2.3; ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; ИОПК-3.3; ИОПК-4.1; ИОПК-4.2; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2
Б2.О.01.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 1)	ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-2.3; ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; ИОПК-3.3; ИОПК-4.1; ИОПК-4.2; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	ИПК-1.1; ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-2.3; ИПК-2.4
Б2.В.01	Учебная практика, в т.ч.:	ИПК-1.1
Б2.В.01.01(У)	Научно-исследовательская работа	ИПК-1.1
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	ИПК-1.1; ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-2.3; ИПК-2.4
Б2.В.02.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 2)	ИПК-1.1; ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-3.3; ИПК-2.3; ИПК-2.4
Б2.В.02.02(П)	Научно-исследовательская работа	ИПК-1.1; ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3
Б3	Государственная итоговая аттестация	ИУК-1.1; ИУК-1.2; ИУК-2.1; ИУК-2.2; ИУК-3.1; ИУК-3.2; ИУК-4.1; ИУК-5.1; ИУК-5.2; ИУК-6.1; ИУК-6.2; ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-2.3; ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; ИОПК-3.3; ИОПК-4.1; ИОПК-4.2; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2; ИПК-1.1; ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5; ИПК-3.6; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3; ИПК-2.4; ИПК-2.3
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	ИУК-1.1; ИУК-1.2; ИУК-2.1; ИУК-2.2; ИУК-3.1; ИУК-3.2; ИУК-4.1; ИУК-5.1; ИУК-5.2; ИУК-6.1; ИУК-6.2; ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-2.3; ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; ИОПК-3.3; ИОПК-4.1; ИОПК-4.2; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2; ИПК-1.1; ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5; ИПК-3.6; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3; ИПК-2.4; ИПК-2.3
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	ИУК-1.1; ИУК-1.2; ИУК-2.1; ИУК-2.2; ИУК-3.1; ИУК-3.2; ИУК-4.1; ИУК-5.1; ИУК-5.2; ИУК-6.1; ИУК-6.2; ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-2.3; ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; ИОПК-3.3; ИОПК-4.1; ИОПК-4.2; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2; ИПК-1.1; ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5; ИПК-3.6; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3; ИПК-2.4; ИПК-2.3
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	ИУК-1.1; ИУК-1.2; ИУК-2.1; ИУК-2.2; ИУК-3.1; ИУК-3.2; ИУК-4.1; ИУК-5.1; ИУК-5.2; ИУК-6.1; ИУК-6.2; ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-2.3; ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; ИОПК-3.3; ИОПК-4.1; ИОПК-4.2; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2; ИПК-1.1; ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5; ИПК-3.6; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3; ИПК-2.4; ИПК-2.3
ФТД	Факультативные дисциплины	ИПК-1.2
ФТД.01	Практикум по технологиям работы с источниками научной информации	ИПК-1.2
ФТД.02	Практикум по научно-исследовательской деятельности	ИПК-1.2

Индекс	Наименование	Компетенции	Требования к образованию
06	СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ		
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; ПК-1; ПК-3; ПК-4	
К	Стратегическое планирование интернет-кампаний	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; ПК-1; ПК-3	Высшее образование - магистратура или специалитет
К/01.7	Проведение переговоров с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	УК-1; ПК-3	
ТД.1	Проведение переговоров с целью выявления объекта продвижения и ожидаемых от продвижения результатов	ИПК-3.1	
ТД.2	Определение целей продвижения	ИПК-3.1	
ТД.3	Согласование договора на реализацию стратегии продвижения	ИПК-3.1	
У.1	Анализировать получаемую от заказчика информацию и выявлять его ожидания и требования	ИПК-3.1	
У.2	Разрабатывать стратегию продвижения в соответствии с требованиями и ожиданиями заказчика	ИУК-1.2	
У.3	Разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию	ИПК-3.1	
У.4	Проводить переговоры	ИУК-4.1	
Зн.12	Основы баннерной рекламы	ИПК-3.1	
Зн.1	Основы предпринимательской деятельности	ИПК-3.1	
Зн.2	Основы маркетинга	ИПК-3.1	
Зн.3	Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)	ИПК-3.1	
Зн.4	Основы эффективной устной и письменной коммуникации	ИУК-4.1	
Зн.5	Основы анализа хозяйственной деятельности	ИПК-3.1	
Зн.6	Методы проведения деловых переговоров	ИУК-4.1	
Зн.7	Основы гражданского права	ИПК-3.1	
Зн.8	Основы налогообложения	ИПК-3.1	
Зн.9	Основы поисковой оптимизации	ИПК-3.1	
Зн.10	Основы работы с социальными медиа	ИПК-3.1	
Зн.11	Основы проведения контекстно-медийных рекламных кампаний	ИПК-3.1	
К/02.7	Разработка системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта, и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	УК-2; УК-3; ПК-3	
ТД.1	Составление системы показателей, необходимых и достаточных для анализа эффективности продвижения проекта	ИПК-3.2	
ТД.2	Разработка этапов реализации стратегии продвижения	ИПК-3.2	
ТД.3	Определение соответствия между этапами реализации стратегии продвижения и системой показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта	ИПК-3.2	
ТД.4	Определение базовых значений для каждого показателя системы	ИПК-3.2	
ТД.5	Планирование результатов реализации стратегии продвижения	ИПК-3.2	
У.1	Взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика по вопросам реализации проекта	ИУК-3.2	
У.2	Планировать работы по продвижению проекта на каждом этапе реализации стратегии	ИПК-3.2	

У.3	Распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения	ИПК-3.2	
У.4	Разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию	ИПК-3.2	
Зн.1	Основы менеджмента	ИПК-3.2	
Зн.2	Управление проектами	ИУК-2.2	
Зн.3	Анализ хозяйственной деятельности	ИПК-3.2	
Зн.4	Основы предпринимательской деятельности	ИПК-3.2	
Зн.5	Основы маркетинга	ИПК-3.2	
Зн.6	Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)	ИПК-3.2	
Зн.7	Основы бюджетирования маркетинговой деятельности	ИПК-3.2	
Зн.8	Система инструментов интернет-маркетинга	ИПК-3.2	
К/03.7	Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	УК-2; УК-3; ПК-3	
ТД.1	Составление заданий для формирования договоров на продвижение	ИПК-3.3	
ТД.2	Анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ИУК-3.1	
ТД.3	Корректировка деятельности сотрудников	ИУК-3.2	
ТД.4	Определение ключевых показателей эффективности продвижения	ИПК-3.3	
У.1	Взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика	ИУК-3.2	
У.2	Планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии	ИПК-3.3	
У.3	Распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения	ИПК-3.3	
У.4	Разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию	ИПК-3.3	
Зн.1	Основы менеджмента	ИПК-3.3	
Зн.2	Методы управления проектами	ИУК-2.1	
Зн.3	Функционирование поисковых машин	ИПК-3.3	
Зн.4	Основы предпринимательской деятельности	ИПК-3.3	
Зн.5	Основы маркетинга	ИПК-3.3	
Зн.6	Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)	ИПК-3.3	
Зн.7	Основы бюджетирования маркетинговой деятельности	ИПК-3.3	
Зн.8	Система инструментов интернет-маркетинга	ИПК-3.3	
Зн.9	Принципы проектирования веб-сайтов	ИПК-3.3	
Зн.10	Основы веб-дизайна	ИПК-3.3	
Зн.11	Основы гипертекстовой разметки	ИПК-3.3	
Зн.12	Порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин	ИПК-3.3	
Зн.13	Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов	ИПК-3.3	
Зн.14	Особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем	ИПК-3.3	

Зн.15	Особенности функционирования современных социальных медиа	ИПК-3.3	
К/04.7	Формирование и обоснование бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	УК-2; ПК-3	
ТД.1	Оценка финансовых возможностей заказчика и экономического эффекта от реализации стратегии продвижения	ИПК-3.4	
ТД.2	Определение основных направлений расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения	ИПК-3.4	
ТД.3	Обоснование расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения	ИПК-3.4	
У.1	Бюджетировать реализацию стратегии продвижения	ИПК-3.4	
У.2	Обосновывать необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения	ИПК-3.4	
У.3	Вычислять экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика	ИПК-3.4	
Зн.1	Основы менеджмента	ИПК-3.4	
Зн.2	Управление проектами	ИУК-2.1	
Зн.3	Функционирование поисковых машин	ИПК-3.4	
Зн.4	Основы предпринимательской деятельности	ИПК-3.4	
Зн.5	Основы маркетинга	ИПК-3.4	
Зн.6	Основы бюджетирования маркетинговой деятельности	ИПК-3.4	
К/05.7	Контроль реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	УК-2; УК-3; ПК-3	
ТД.1	Выявление расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения	ИПК-3.5	
ТД.2	Определение причин выявленных расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения	ИПК-3.5	
ТД.3	Внесение оперативных изменений в реализацию стратегии продвижения с учетом выявленных причин расхождений	ИПК-3.5	
У.1	Взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта	ИПК-3.5	
У.2	Планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ИПК-3.5	
У.3	Выдавать задания по реализации стратегии продвижения	ИПК-3.5	
У.4	Контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ИПК-3.5	
Зн.1	Основы менеджмента	ИПК-3.5	
Зн.2	Управление проектами	ИУК-2.1	
Зн.3	Управление персоналом	ИУК-3.1	
Зн.4	Основы предпринимательской деятельности	ИПК-3.5	
Зн.5	Основы маркетинга	ИПК-3.5	
Зн.6	Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)	ИПК-3.5	
Зн.7	Система инструментов интернет-маркетинга	ИПК-3.5	
К/06.7	Составление отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	УК-3; УК-4; ПК-1; ПК-3	

ТД.1	Составление отчетов о реализации стратегии продвижения проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ИПК-3.6	
ТД.2	Согласование отчетов для заказчика	ИПК-3.6	
ТД.3	Корректировка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" совместно с заказчиком	ИПК-3.6	
У.1	Проводить презентации	ИПК-1.3	
У.2	Взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика	ИУК-3.2	
У.3	Проводить переговоры	ИУК-4.1	
Зн.1	Методы проведения деловых переговоров	ИУК-4.1	
Зн.2	Основы и правила проведения эффективных презентаций	ИУК-4.1	
Зн.3	Современные правила и стандарты составления технической документации	ИПК-3.6	
Зн.4	Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов	ИПК-1.1	
Зн.5	Методы обработки текстовой и графической информации	ИПК-3.6	
Зн.6	Основы деловой коммуникации	ИУК-4.1	
L	Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга	УК-1; УК-3; УК-4; ПК-1; ПК-4	Высшее образование - магистратура или специалитет
L/01.7	Разработка системы мотивации специалистов по интернет-маркетингу	УК-1; УК-3; УК-4; ПК-1; ПК-4	
ТД.1	Анализ конъюнктуры рынка рабочей силы	ИПК-4.1	
ТД.2	Разработка и внедрение системы качественных показателей, характеризующих деятельность специалистов по интернет-маркетингу	ИПК-4.1	
ТД.3	Разработка и внедрение системы материального и нематериального стимулирования работы сотрудников подразделения интернет-маркетинга	ИПК-4.1	
У.1	Анализировать и систематизировать информацию из различных источников	ИПК-1.1	
У.2	Разрабатывать стратегию развития организации (подразделения)	ИУК-1.2	
У.3	Мотивировать персонал	ИУК-3.1	
У.4	Проводить переговоры	ИУК-4.1	
Зн.1	Основы менеджмента	ИПК-4.1	
Зн.2	Управление персоналом	ИУК-3.2	
Зн.3	Основы налогообложения	ИПК-4.1	
Зн.4	Основы права	ИПК-4.1	
L/02.7	Формирование требований к составу и квалификации специалистов по интернет-маркетингу	УК-1; УК-3; УК-4; ПК-1; ПК-4	
ТД.1	Разработка организационно-правовой документации для специалистов по интернет-маркетингу	ИПК-4.2	
ТД.2	Составление требований к кандидатам, претендующим на работу в подразделении интернет-маркетинга	ИПК-4.2	
У.1	Анализировать и систематизировать информацию из различных источников	ИПК-1.1; ИПК-1.2; ИПК-1.3	
У.2	Разрабатывать стратегию развития организации (подразделения)	ИУК-1.2	
У.3	Распределять профессиональные задачи по сотрудникам	ИПК-4.2	
У.4	Проводить переговоры	ИУК-4.1	
Зн.1	Основы менеджмента	ИПК-4.2	

	Зн.2	Управление персоналом	ИУК-3.2	
	Зн.3	Основы налогообложения	ИПК-4.2	
	Зн.4	Основы права	ИПК-4.2	
	L/03.7	Управление специалистами по интернет-маркетингу и контроль их работы	УК-3; УК-4; ПК-4	
	ТД.1	Формирование у сотрудников четкого представления о роли их работы в деятельности организации	ИПК-4.3	
	ТД.2	Определение степени занятости сотрудников	ИПК-4.3	
	ТД.3	Создание комфортных условий для работы сотрудников подразделения	ИПК-4.3	
	ТД.4	Контроль выполняемой работы	ИПК-4.3	
	ТД.5	Разработка и реализация систем материальной и нематериальной мотивации работы сотрудников	ИПК-4.3	
	У.1	Осуществлять коммуникацию с коллегами и подчиненными	ИУК-4.1	
	У.2	Анализировать поступающую информацию о продвижении проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ИПК-4.3	
	У.3	Мотивировать персонал	ИПК-4.3	
	У.4	Проводить переговоры	ИУК-4.1	
	Зн.1	Основы менеджмента	ИПК-4.3	
	Зн.2	Управление персоналом	ИУК-3.1	
	Зн.3	Основы налогообложения	ИПК-4.3	
	Зн.4	Основы права	ИПК-4.3	
08		ФИНАНСЫ И ЭКОНОМИКА		
	08.035	МАРКЕТОЛОГ	УК-1; УК-4; ОПК-2; ПК-2	
	В	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	УК-1; УК-4; ОПК-2; ПК-2	Высшее образование - магистратура или специалитет
		В/01.7	Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	ОПК-2; ПК-2
		ТД.1	Разработка мер по внедрению инновационных товаров (услуг)	ИПК-2.1
		ТД.2	Создание нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими	ИПК-2.1
		ТД.3	Разработка и реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг)	ИПК-2.1
		ТД.4	Тестирование инновационных товаров (услуг) при их внедрении на российский и международный рынки	ИПК-2.1
		ТД.5	Реализация и совершенствование ассортиментной политики организации	ИПК-2.1
		ТД.6	Проведение коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов)	ИПК-2.1
		ТД.7	Разработка технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда	ИПК-2.1
		ТД.8	Реализация программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации	ИПК-2.1
		ТД.9	Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)	ИПК-2.1
		У.1	Определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации	ИПК-2.1
		У.2	Проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов)	ИПК-2.1

У.3	Создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок	ИПК-2.1	
У.4	Проводить оценку стоимости брендов организации	ИПК-2.1	
У.5	Улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами	ИПК-2.1	
У.6	Использовать инструменты проектного управления успешными брендами	ИПК-2.1	
Зн.1	Понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов)	ИПК-2.1	
Зн.2	Инструменты бренд-менеджмента	ИПК-2.1	
Зн.3	Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития	ИПК-2.1	
Зн.4	Процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов)	ИПК-2.1	
Зн.5	Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов	ИОПК-2.3	
Зн.6	Методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации	ИПК-2.1	
Зн.7	Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность	ИПК-2.1	
В/02.7	Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	ПК-2	
ТД.1	Разработка ценовой политики в организации	ИПК-2.2	
ТД.2	Создание и реализация стратегии формирования цен на товары (услуги) организации	ИПК-2.2	
ТД.3	Внедрение методов формирования цен на товары (услуги) организации	ИПК-2.2	
ТД.4	Разработка конкурентных ценовых стратегий	ИПК-2.2	
ТД.5	Проведение последовательных действий по разработке политики ценообразования в организации	ИПК-2.2	
ТД.6	Внедрение системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации	ИПК-2.2	
ТД.7	Совершенствование политики ценообразования в организации	ИПК-2.2	
У.1	Разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги)	ИПК-2.2	
У.2	Рассчитывать цены на товары (услуги) организации	ИПК-2.2	
У.3	Разрабатывать средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования	ИПК-2.2	
У.4	Сравнивать рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги)	ИПК-2.2	
У.5	Проводить маркетинговые исследования по ценам	ИПК-2.2	
У.6	Проводить аудит ценовой политики организации	ИПК-2.2	
Зн.1	Инструменты маркетингового ценообразования	ИПК-2.2	
Зн.2	Законодательство Российской Федерации, стандарты, этические принципы, регулирующие цены и ценовую политику организаций	ИПК-2.2	
Зн.3	Методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг на уровне ценовых стратегий	ИПК-2.2	
В/03.7	Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	ПК-2	
ТД.1	Формирование средств и каналов распределения (дистрибуции) для взаимодействия с поставщиками, инвесторами и иными партнерами организации	ИПК-2.3	

ТД.2	Разработка комплексной системы распределения (дистрибуции) в организации	ИПК-2.3	
ТД.3	Разработка сбытовой политики организации	ИПК-2.3	
ТД.4	Совершенствование системы распределения (дистрибуции) в организации	ИПК-2.3	
У.1	Работать с информацией и базами данных по системе распределения	ИПК-2.3	
У.2	Выполнять маркетинговые действия по выбору каналов распределения (дистрибуции)	ИПК-2.3	
У.3	Создавать каналы распределения (дистрибуции) в организации	ИПК-2.3	
У.4	Оценивать результативность каналов распределения (дистрибуции)	ИПК-2.3	
У.5	Проводить оценку сбытовой политики организации	ИПК-2.3	
У.6	Управлять продажами товаров и услуг	ИПК-2.3	
Зн.1	Методы проведения маркетинговых исследований в области распределения (дистрибуции) и продаж	ИПК-2.3	
Зн.2	Подходы к формированию сбытовой политики организации	ИПК-2.3	
Зн.3	Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность организации	ИПК-2.3	
В/04.7	Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	УК-1; УК-4; ПК-2	
ТД.1	Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации	ИПК-2.4	
ТД.2	Разработка и проведение коммуникационных кампаний в организации	ИПК-2.4	
ТД.3	Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации	ИПК-2.4	
ТД.4	Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации	ИПК-2.4	
ТД.5	Формирование имиджа и деловой репутации организации	ИПК-2.4	
ТД.6	Организация и проведение мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации	ИПК-2.4	
ТД.7	Разработка и проведение рекламных акций по стимулированию продаж	ИПК-2.4	
ТД.8	Работа с инструментами прямого маркетинга	ИПК-2.4	
ТД.9	Подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений	ИПК-2.4	
У.1	Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании	ИПК-2.4	
У.2	Формировать имидж и деловую репутацию организации	ИПК-2.4	
У.3	Продвигать товары (услуги) организации на рынок	ИПК-2.4	
У.4	Улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики	ИПК-2.4	
У.5	Выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий	ИУК-4.1	
У.6	Проводить анализ результативности коммуникационной политики	ИПК-2.4	
У.7	Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики	ИПК-2.4	
Зн.1	Инструменты маркетинговых коммуникаций	ИПК-2.4	

Зн.2	Стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации	ИПК-2.4	
Зн.3	Состав процесса стратегического и оперативного планирования	ИУК-1.1	
Зн.4	Организация рекламного дела	ИПК-2.4	
Зн.5	Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации	ИПК-2.4	

Индекс	Содержание
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
ИУК-1.1	Анализирует проблемную ситуацию как целостную систему, выявляя ее составляющие и связи между ними
08.035	МАРКЕТОЛОГ
В	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга
В/04.7	Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации
Зн.3	Состав процесса стратегического и оперативного планирования
ИУК-1.2	Вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
К	Стратегическое планирование интернет-кампаний
К/01.7	Проведение переговоров с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
У.2	Разрабатывать стратегию продвижения в соответствии с требованиями и ожиданиями заказчика
Л	Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга
Л/01.7	Разработка системы мотивации специалистов по интернет-маркетингу
У.2	Разрабатывать стратегию развития организации (подразделения)
Л/02.7	Формирование требований к составу и квалификации специалистов по интернет-маркетингу
У.2	Разрабатывать стратегию развития организации (подразделения)
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
ИУК-2.1	Понимает принципы проектного подхода к управлению
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
К	Стратегическое планирование интернет-кампаний
К/03.7	Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Зн.2	Методы управления проектами
К/04.7	Формирование и обоснование бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Зн.2	Управление проектами
К/05.7	Контроль реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Зн.2	Управление проектами
ИУК-2.2	Демонстрирует способность управления проектом на всех этапах его жизненного цикла
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
К	Стратегическое планирование интернет-кампаний
К/02.7	Разработка системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта, и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Зн.2	Управление проектами
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
ИУК-3.1	Понимает и знает особенности формирования и руководства командой
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
К	Стратегическое планирование интернет-кампаний
К/03.7	Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ТД.2	Анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
К/05.7	Контроль реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Зн.3	Управление персоналом
Л	Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга
Л/01.7	Разработка системы мотивации специалистов по интернет-маркетингу

	У.3	Мотивировать персонал
	Л/03.7	Управление специалистами по интернет-маркетингу и контроль их работы
	Зн.2	Управление персоналом
ИУК-3.2		Организует работу команды и обеспечивает разработку командной стратегии для выполнения поставленных задач
06.043		СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
К		Стратегическое планирование интернет-кампаний
	К/02.7	Разработка системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта, и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	У.1	Взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика по вопросам реализации проекта
	К/03.7	Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	ТД.3	Корректировка деятельности сотрудников
	У.1	Взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика
	К/06.7	Составление отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	У.2	Взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика
Л		Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга
	Л/01.7	Разработка системы мотивации специалистов по интернет-маркетингу
	Зн.2	Управление персоналом
	Л/02.7	Формирование требований к составу и квалификации специалистов по интернет-маркетингу
	Зн.2	Управление персоналом
УК-4		Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
ИУК-4.1		Использует современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия на государственном и иностранном(ых) языке(ах)
06.043		СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
К		Стратегическое планирование интернет-кампаний
	К/01.7	Проведение переговоров с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	У.4	Проводить переговоры
	Зн.4	Основы эффективной устной и письменной коммуникации
	Зн.6	Методы проведения деловых переговоров
	К/06.7	Составление отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	У.3	Проводить переговоры
	Зн.1	Методы проведения деловых переговоров
	Зн.2	Основы и правила проведения эффективных презентаций
	Зн.6	Основы деловой коммуникации
Л		Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга
	Л/01.7	Разработка системы мотивации специалистов по интернет-маркетингу
	У.4	Проводить переговоры
	Л/02.7	Формирование требований к составу и квалификации специалистов по интернет-маркетингу
	У.4	Проводить переговоры
	Л/03.7	Управление специалистами по интернет-маркетингу и контроль их работы
	У.1	Осуществлять коммуникацию с коллегами и подчиненными
	У.4	Проводить переговоры
08.035		МАРКЕТОЛОГ
В		Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга
	В/04.7	Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации
	У.5	Выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий

ОПК-2	Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач;
ИОПК-2.3	Использует современные информационные технологии при решении управленческих и исследовательских задач
08.035	МАРКЕТОЛОГ
В	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга
В/01.7	Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации
Зн.5	Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов
Тип задач проф. деятельности:	организационно-управленческий
ПК-2	Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга
ИПК-2.1	Применяет инструменты управления инновационными товарами и нематериальными активами
08.035	МАРКЕТОЛОГ
В	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга
В/01.7	Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации
ТД.1	Разработка мер по внедрению инновационных товаров (услуг)
ТД.2	Создание нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими
ТД.3	Разработка и реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг)
ТД.4	Тестирование инновационных товаров (услуг) при их внедрении на российский и международный рынки
ТД.5	Реализация и совершенствование ассортиментной политики организации
ТД.6	Проведение коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов)
ТД.7	Разработка технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда
ТД.8	Реализация программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации
ТД.9	Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)
У.1	Определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации
У.2	Проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов)
У.3	Создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок
У.4	Проводить оценку стоимости брендов организации
У.5	Улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами
У.6	Использовать инструменты проектного управления успешными брендами
Зн.1	Понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов)
Зн.2	Инструменты бренд-менеджмента
Зн.3	Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития
Зн.4	Процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов)
Зн.6	Методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации
Зн.7	Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность
ИПК-2.2	Разрабатывает и совершенствует политику ценообразования с использованием инструментов комплекса маркетинга
08.035	МАРКЕТОЛОГ
В	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга
В/02.7	Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации
ТД.1	Разработка ценовой политики в организации
ТД.2	Создание и реализация стратегии формирования цен на товары (услуги) организации
ТД.3	Внедрение методов формирования цен на товары (услуги) организации

ТД.4	Разработка конкурентных ценовых стратегий
ТД.5	Проведение последовательных действий по разработке политики ценообразования в организации
ТД.6	Внедрение системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации
ТД.7	Совершенствование политики ценообразования в организации
У.1	Разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги)
У.2	Рассчитывать цены на товары (услуги) организации
У.3	Разрабатывать средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования
У.4	Сравнивать рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги)
У.5	Проводить маркетинговые исследования по ценам
У.6	Проводить аудит ценовой политики организации
Зн.1	Инструменты маркетингового ценообразования
Зн.2	Законодательство Российской Федерации, стандарты, этические принципы, регулирующие цены и ценовую политику организаций
Зн.3	Методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг на уровне ценовых стратегий
ИПК-2.3	Разрабатывает и совершенствует систему распределения и сбытовую политику
08.035	МАРКЕТОЛОГ
В	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга
В/03.7	Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации
ТД.1	Формирование средств и каналов распределения (дистрибуции) для взаимодействия с поставщиками, инвесторами и иными партнерами организации
ТД.2	Разработка комплексной системы распределения (дистрибуции) в организации
ТД.3	Разработка сбытовой политики организации
ТД.4	Совершенствование системы распределения (дистрибуции) в организации
У.1	Работать с информацией и базами данных по системе распределения
У.2	Выполнять маркетинговые действия по выбору каналов распределения (дистрибуции)
У.3	Создавать каналы распределения (дистрибуции) в организации
У.4	Оценивать результативность каналов распределения (дистрибуции)
У.5	Проводить оценку сбытовой политики организации
У.6	Управлять продажами товаров и услуг
Зн.1	Методы проведения маркетинговых исследований в области распределения (дистрибуции) и продаж
Зн.2	Подходы к формированию сбытовой политики организации
Зн.3	Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность организации
ИПК-2.4	Формирует и совершенствует систему маркетинговых коммуникаций
08.035	МАРКЕТОЛОГ
В	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга
В/04.7	Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации
ТД.1	Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации
ТД.2	Разработка и проведение коммуникационных кампаний в организации
ТД.3	Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации
ТД.4	Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации
ТД.5	Формирование имиджа и деловой репутации организации
ТД.6	Организация и проведение мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации
ТД.7	Разработка и проведение рекламных акций по стимулированию продаж
ТД.8	Работа с инструментами прямого маркетинга
ТД.9	Подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений

	У.1	Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании
	У.2	Формировать имидж и деловую репутацию организации
	У.3	Продвигать товары (услуги) организации на рынок
	У.4	Улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики
	У.6	Проводить анализ результативности коммуникационной политики
	У.7	Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики
	Зн.1	Инструменты маркетинговых коммуникаций
	Зн.2	Стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации
	Зн.4	Организация рекламного дела
	Зн.5	Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации
ПК-3		Способен осуществлять стратегическое планирование интернет проектов
ИПК-3.1		Использует формы и методы проведения деловых переговоров в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
06.043		СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
К		Стратегическое планирование интернет-кампаний
К/01.7		Проведение переговоров с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	ТД.1	Проведение переговоров с целью выявления объекта продвижения и ожидаемых от продвижения результатов
	ТД.2	Определение целей продвижения
	ТД.3	Согласование договора на реализацию стратегии продвижения
	У.1	Анализировать получаемую от заказчика информацию и выявлять его ожидания и требования
	У.3	Разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию
	Зн.12	Основы баннерной рекламы
	Зн.1	Основы предпринимательской деятельности
	Зн.2	Основы маркетинга
	Зн.3	Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)
	Зн.5	Основы анализа хозяйственной деятельности
	Зн.7	Основы гражданского права
	Зн.8	Основы налогообложения
	Зн.9	Основы поисковой оптимизации
	Зн.10	Основы работы с социальными медиа
	Зн.11	Основы проведения контекстно-медийных рекламных кампаний
ИПК-3.2		Оценивает эффективность продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
06.043		СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
К		Стратегическое планирование интернет-кампаний
К/02.7		Разработка системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта, и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	ТД.1	Составление системы показателей, необходимых и достаточных для анализа эффективности продвижения проекта
	ТД.2	Разработка этапов реализации стратегии продвижения
	ТД.3	Определение соответствия между этапами реализации стратегии продвижения и системой показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта
	ТД.4	Определение базовых значений для каждого показателя системы
	ТД.5	Планирование результатов реализации стратегии продвижения
	У.2	Планировать работы по продвижению проекта на каждом этапе реализации стратегии
	У.3	Распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения
	У.4	Разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию

	Зн.1	Основы менеджмента
	Зн.3	Анализ хозяйственной деятельности
	Зн.4	Основы предпринимательской деятельности
	Зн.5	Основы маркетинга
	Зн.6	Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)
	Зн.7	Основы бюджетирования маркетинговой деятельности
	Зн.8	Система инструментов интернет-маркетинга
ИПК-3.3		Разрабатывает стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
06.043		СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
К		Стратегическое планирование интернет-кампаний
К/03.7		Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	ТД.1	Составление заданий для формирования договоров на продвижение
	ТД.4	Определение ключевых показателей эффективности продвижения
	У.2	Планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии
	У.3	Распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения
	У.4	Разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию
	Зн.1	Основы менеджмента
	Зн.3	Функционирование поисковых машин
	Зн.4	Основы предпринимательской деятельности
	Зн.5	Основы маркетинга
	Зн.6	Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)
	Зн.7	Основы бюджетирования маркетинговой деятельности
	Зн.8	Система инструментов интернет-маркетинга
	Зн.9	Принципы проектирования веб-сайтов
	Зн.10	Основы веб-дизайна
	Зн.11	Основы гипертекстовой разметки
	Зн.12	Порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин
	Зн.13	Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов
	Зн.14	Особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем
	Зн.15	Особенности функционирования современных социальных медиа
ИПК-3.4		Формирует и обосновывает бюджет продвижения проекта информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
06.043		СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
К		Стратегическое планирование интернет-кампаний
К/04.7		Формирование и обоснование бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	ТД.1	Оценка финансовых возможностей заказчика и экономического эффекта от реализации стратегии продвижения
	ТД.2	Определение основных направлений расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения
	ТД.3	Обоснование расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения
	У.1	Бюджетировать реализацию стратегии продвижения
	У.2	Обосновывать необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения
	У.3	Вычислять экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика
	Зн.1	Основы менеджмента
	Зн.3	Функционирование поисковых машин
	Зн.4	Основы предпринимательской деятельности

	Зн.5	Основы маркетинга
	Зн.6	Основы бюджетирования маркетинговой деятельности
ИПК-3.5		Демонстрирует способность использовать инструменты контроля стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
06.043		СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
К		Стратегическое планирование интернет-кампаний
К/05.7		Контроль реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	ТД.1	Выявление расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения
	ТД.2	Определение причин выявленных расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения
	ТД.3	Внесение оперативных изменений в реализацию стратегии продвижения с учетом выявленных причин расхождений
	У.1	Взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта
	У.2	Планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	У.3	Выдавать задания по реализации стратегии продвижения
	У.4	Контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Зн.1	Основы менеджмента
	Зн.4	Основы предпринимательской деятельности
	Зн.5	Основы маркетинга
	Зн.6	Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)
	Зн.7	Система инструментов интернет-маркетинга
ИПК-3.6		Демонстрирует способность использовать методы формирования отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
06.043		СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
К		Стратегическое планирование интернет-кампаний
К/06.7		Составление отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	ТД.1	Составление отчетов о реализации стратегии продвижения проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	ТД.2	Согласование отчетов для заказчика
	ТД.3	Корректировка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" совместно с заказчиком
	Зн.3	Современные правила и стандарты составления технической документации
	Зн.5	Методы обработки текстовой и графической информации
ПК-4		Способен осуществлять управление персоналом
ИПК-4.1		Разрабатывает систему мотивации специалистов по интернет- маркетингу
06.043		СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
Л		Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга
Л/01.7		Разработка системы мотивации специалистов по интернет-маркетингу
	ТД.1	Анализ конъюнктуры рынка рабочей силы
	ТД.2	Разработка и внедрение системы качественных показателей, характеризующих деятельность специалистов по интернет-маркетингу
	ТД.3	Разработка и внедрение системы материального и нематериального стимулирования работы сотрудников подразделения интернет-маркетинга
	Зн.1	Основы менеджмента
	Зн.3	Основы налогообложения
	Зн.4	Основы права
ИПК-4.2		Демонстрирует способность формировать требования к составу и квалификации специалистов по интернет- маркетингу
06.043		СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
Л		Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга
Л/02.7		Формирование требований к составу и квалификации специалистов по интернет-маркетингу

ТД.1	Разработка организационно-правовой документации для специалистов по интернет-маркетингу
ТД.2	Составление требований к кандидатам, претендующим на работу в подразделении интернет-маркетинга
У.3	Распределять профессиональные задачи по сотрудникам
Зн.1	Основы менеджмента
Зн.3	Основы налогообложения
Зн.4	Основы права
ИПК-4.3	Демонстрирует способность использовать методы и инструменты управления специалистами по интернет-маркетингу и контроля их работы
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
L	Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга
L/03.7	Управление специалистами по интернет-маркетингу и контроль их работы
ТД.1	Формирование у сотрудников четкого представления о роли их работы в деятельности организации
ТД.2	Определение степени занятости сотрудников
ТД.3	Создание комфортных условий для работы сотрудников подразделения
ТД.4	Контроль выполняемой работы
ТД.5	Разработка и реализация систем материальной и нематериальной мотивации работы сотрудников
У.2	Анализировать поступающую информацию о продвижении проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
У.3	Мотивировать персонал
Зн.1	Основы менеджмента
Зн.3	Основы налогообложения
Зн.4	Основы права
Тип задач проф. деятельности:	научно-исследовательский
ПК-1	Способность осуществлять самостоятельные научные исследования по перспективным направлениям развития менеджмента
ИПК-1.1	Выявляет перспективные направления исследования, обосновывает актуальность темы исследования и составляет программу исследований
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
K	Стратегическое планирование интернет-кампаний
K/06.7	Составление отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Зн.4	Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов
L	Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга
L/01.7	Разработка системы мотивации специалистов по интернет-маркетингу
У.1	Анализировать и систематизировать информацию из различных источников
L/02.7	Формирование требований к составу и квалификации специалистов по интернет-маркетингу
У.1	Анализировать и систематизировать информацию из различных источников
ИПК-1.2	Выполняет самостоятельные научные исследования в соответствии с разработанной программой
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
L	Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга
L/02.7	Формирование требований к составу и квалификации специалистов по интернет-маркетингу
У.1	Анализировать и систематизировать информацию из различных источников
ИПК-1.3	Представляет результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
K	Стратегическое планирование интернет-кампаний
K/06.7	Составление отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
У.1	Проводить презентации

L	Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга
L/02.7	Формирование требований к составу и квалификации специалистов по интернет-маркетингу
У.1	Анализировать и систематизировать информацию из различных источников

№	Индекс	Наименование	Контроль	Семестр 3										з.е.	Неделя	Контроль	Семестр 4										з.е.	Неделя	Контроль	Итого за курс										з.е.	Неделя	Каф.	Семестр
				Академических часов								Академических часов								Академических часов																							
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	КРП	ИКР	СР	Контр оль	Всего				Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	КРП	ИКР	СР	Контр оль	Всего	Кон такт.				Лек	Лаб	Пр	КРП	ИКР	СР	Контро ль	Всего						
ИТОГО (с факультативами)			1152									32	20 4/6		1044									29	19		2196									61	39 4/6						
ИТОГО по ОП (без факультативов)			1116									31			1044									29			2160									60							
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)		ОП, факультативы (в период ТО)	54,1									19	ТО: 11 2/3 Э: 1	56,4									14	ТО: 8 2/3 Э: 1	55,3									33	ТО: 19 2/3 Э: 2	48	3						
		ОП, факультативы (в период экз. сес.)	53,4											53,4											53,4																		
		Аудиторная нагрузка	13,4											17											15,2																		
		Контактная работа	13,5											17,2											15,4																		
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)			684	157,4	36	18	102		1,4	473,2	53,4	19		504	137,2	56		80		1,2	313,4	53,4	14		1188	294,6	92	18	182		2,6	786,6	106,8	33		48	3						
1	61.В.10	Организация и планирование маркетинговых программ	Эк	144	30,3	6		24		0,3	87	26,7	4												Эк	144	30,3	6		24		0,3	87	26,7	4		48	3					
2	61.В.11	Технологии и инструменты интернет-маркетинга	Эк	108	30,3	6		24		0,3	51	26,7	3												Эк	108	30,3	6		24		0,3	51	26,7	3		48	3					
3	61.В.12	Бренд-менеджмент	За	108	24,2	6		18		0,2	83,8		3											За	108	24,2	6		18		0,2	83,8		3		48	3						
4	61.В.13	Основы графического и веб-дизайна	За	108	24,2	6	18			0,2	83,8		3											За	108	24,2	6	18			0,2	83,8		3		48	3						
5	61.В.14	Управление каналами распределения и маркетинговая логистика	За	108	24,2	6		18		0,2	83,8		3											За	108	24,2	6		18		0,2	83,8		3		48	3						
6	61.В.15	HR маркетинг	За	108	24,2	6		18		0,2	83,8		3											За	108	24,2	6		18		0,2	83,8		3		48	3						
7	61.В.16	Маркетинг в социальных медиа												Эк	108	32,3	16		16		0,3	49	26,7	3		Эк	108	32,3	16		16		0,3	49	26,7	3		48	4				
8	61.В.17	Практикум по организации BTL и event - мероприятий												Эк	144	32,3	16		16		0,3	85	26,7	4		Эк	144	32,3	16		16		0,3	85	26,7	4		48	4				
9	61.В.18	Научно-исследовательский семинар												За	108	24,2	8		16		0,2	83,8		3		За	108	24,2	8		16		0,2	83,8		3		48	4				
10	61.В.ДЭ.01.01	Управление изменениями в VUCA-мире												За	72	24,2	8		16		0,2	47,8		2		За	72	24,2	8		16		0,2	47,8		2		48	4				
11	61.В.ДЭ.01.02	Практикум по менеджменту в реалиях VUCA-мира												За	72	24,2	8		16		0,2	47,8		2		За	72	24,2	8		16		0,2	47,8		2		48	4				
12	61.В.ДЭ.02.01	Маркетинг консалтинговых услуг и продуктов												За	72	24,2	8		16		0,2	47,8		2		За	72	24,2	8		16		0,2	47,8		2		48	4				
13	61.В.ДЭ.02.02	B2B маркетинг												За	72	24,2	8		16		0,2	47,8		2		За	72	24,2	8		16		0,2	47,8		2		48	4				
14	ФТД.02	Практикум по научно-исследовательской деятельности	За	36	6,2			6		0,2	29,8		1												За	36	6,2		6		0,2	29,8		1		48	3						
ФОРМЫ КОНТРОЛЯ			Эк(2) За(5)										Эк(2) За(3)										Эк(4) За(8)																				
ПРАКТИКИ			(План)		432	4					4	428		12	8		324	3					3	321		9	6		756	7					7	749		21	14				
	62.В.02.01(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 2)	За	432	4					4	428		12	8				3							За	432	4					4	428		12	8							
	62.В.02.02(П)	Научно-исследовательская работа												За	324	3					3	321		9	6	За	324	3				3	321		9	6							
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ			(План)												216	25,5					25,5	190,5		6	4		216	25,5					25,5	190,5		6	4						
	63.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы													144	25					25	119		4	2 2/3		144	25					25	119		4	2 2/3						
	63.01.02	Защита выпускной квалификационной работы													72	0,5					0,5	71,5		2	1 1/3		72	0,5					0,5	71,5		2	1 1/3						
КАНИКУЛЫ														1											9											10							

Название практики	Курс	Сем. курса	Кафедра	+	Продолжительность (недель)	Студ.	Часов				
							на студента	на студента в неделю	на подгруппу	на подгруппу в неделю	
Вид практики: Учебная практика											
Научно-исследовательская работа	1	1			8						
			48	+	8		0	0	0	0	0
Вид практики: Производственная практика											
Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 1)	1	2			6						
			48	+	6		0	0	0	0	0
Практика по профилю профессиональной деятельности (часть 2)	2	1			8						
			48	+	8		0	0	0	0	0
Научно-исследовательская работа	2	2			6						
			48	+	6		0	0	0	0	0
Итого по факту					28						
Итого по плану					28						

Вид	Курс	Сем	Каф.	Студ.	Замечания
Современные теории и практики управления					
КР	1	2	48	0	

		Итого					Курс 1			Курс 2		
		Баз.%	Вар.%	ДЭ(от Вар.)%	З.е.		Всего	Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4
					Не менее	Факт						
	Итого (с факультативами)				108	122	61	30	31	61	32	29
	Итого по ОП (без факультативов)				106	120	60	30	30	60	31	29
Б1	Дисциплины (модули)	24%	76%	7.2%	60	72	39	18	21	33	19	14
Б1.О	Обязательная часть					17	17	8	9			
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений					55	22	10	12	33	19	14
Б2	Практика	21%	79%	0%	40	42	21	12	9	21	12	9
Б2.О	Обязательная часть					9	9		9			
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений					33	12	12		21	12	9
Б3	Государственная итоговая аттестация				6	6				6		6
ФТД	Факультативные дисциплины				2	2	1		1	1	1	
	Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)				54.9	-	51	58.6	-	54.1	56.4
		ОП, факультативы (в период экз. сессий)				53.4	-	53.4	53.4	-	53.4	53.4
	Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП				16.1	-	15.6	18.4	-	13.5	17.2
	Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1				696	-	181.6	219.8	-	157.4	137.2
		Блок Б2				15	-	4	4	-	4	3
		Блок Б3				25.5	-			-		25.5
		Блок ФТД				12.4	-		6.2	-	6.2	
		Итого по всем блокам				748.9	-	185.6	230	-	167.6	165.7
	Аудиторная нагрузка (акад.час/нед)	ОП				16	-	15.5	18.2	-	13.4	17
	Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕН (Эк)					4	2	2	4	2	2
		ЗАЧЕТ (За)					11	5	6	7	4	3
		КУРСОВАЯ РАБОТА (КР)					1		1			
	Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных				26.38%						
	Объём обязательной части от общего объёма программы (%)					21.7%						
	Объём конт. работы от общего объёма времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)					26.85%						

Вид работы	Каф.	Студ.	Часов на студ./гр.	Трудоемкость
------------	------	-------	--------------------	--------------

Консультации по

Комиссия №1

Каф.	Студ.	Часов на студ./гр.	Трудоемкость
------	-------	--------------------	--------------

Член комиссии

Примечания к комиссиям ГЭК

Комиссия №1			
Каф.	Студ.	Часов на студ./гр.	Трудоемкость

Член комиссии

Дежурство

Примечания к комиссиям ГЭК

Комиссия №1			
Каф.	Студ.	Часов на студ./гр.	Трудоемкость

Член комиссии

Дежурство

Примечания к комиссиям ГЭК

Номер	Аббревиатура	Название кафедры
1		Административного и финансового права
2		Аналитической химии
3		Английского языка в профессиональной сфере
4		Английской филологии
7		Архитектуры
8		Биологии и экологии растений
10		Бухгалтерского учета, аудита и автоматизированной обработки данных
11		Водные биоресурсы и аквакультура
12		Математических и компьютерных методов
13		Вычислительной математики и информатики
14		Вычислительных технологий
15		Генетики, микробиологии и биохимии
16		Геоинформатики
17		Геофизических методов поисков и разведки
18		Геоэкологии и природопользования
19		Государственного и муниципального управления
20		Государственной политики и государственного управления
21		Физического воспитания
22		Гражданского права
23		Графики
24		Декоративно-прикладного искусства и дизайна
25		Дефектологии и специальной психологии
26		Дизайна костюма
27		Дизайна, технической и компьютерной графики
28		Зарубежного регионоведения и дипломатии
29		Функционального анализа и алгебры
31		Дошкольной педагогики и психологии
32		Живописи
33		Зарубежной литературы и сравнительного культуроведения
34		Зоологии
35		Издательского дела, стилистики и медиаиндустрии.
37		Анализа данных и искусственного интеллекта

38		Информационных образовательных технологий
39		Информационных технологий
41		Истории и правового регулирования массовых коммуникаций
42		История русской литературы, теории литературы и критики
43		Конституционного и муниципального права
44		Криминалистики и правовой информатики
45		Маркетинга и торгового дела
46		Математического моделирования
47		Международного туризма и менеджмента
48		Мировой экономики и менеджмента
49		Немецкой филологии
51		Новогреческой филологии
53		Общего и славяно-русского языкознания
54		Общего, стратегического, информационного менеджмента и бизнес-процессов
55		Общей и социальной педагогики
56		Общей, неорганической химии и информационно-вычислительных технологий в химии
57		Оптоэлектроники
58		Организации и планирования местного развития
59		Органической химии и технологий
60		Педагогики и методики начального образования
61		Педагогики и психологии
62		Политологии и политического управления
63		Прикладной лингвистики и новых информационных технологий
64		Прикладной математики
65		Экономики предприятия, регионального и кадрового менеджмента
66		Психологии личности и общей психологии
67		Публицистики и журналистского мастерства
68		Радиофизики и нанотехнологий
69		Региональной и морской геологии
70		Русского языка как иностранного
71		Рекламы и связей с общественностью
72		Современного русского языка
73		Социальной психологии и социологии управления
74		Социальной работы, психологии и педагогики высшего образования

75		Социологии
76		Теоретической физики и компьютерных технологий
77		Теоретической экономики
78		Теории и истории государства и права
79		Теории и практики перевода
80		Теории функции
81		Технологии и предпринимательства
82		Уголовного права и криминологии
83		Уголовного процесса
84		Управления персоналом и организационной психологии
85		Физики и информационных систем
86		Физической географии
88		Физической химии
89		Философии
90		Французской филологии
91		Экономического анализа, статистики и финансов
92		Экономической, социальной и политической географии
94		Электронных СМИ и новых медиа
95		Гражданского процесса и международного права
96		Экономики и управления инновационными системами
97		Истории России
98		Всеобщей истории и международных отношений
101		Правовых дисциплин (Армавир)
102		Гуманитарных и естественнонаучных дисциплин (Армавир)
103		Экономики и менеджмента (Армавир)
107		Гуманитарных дисциплин (Новороссийск)
108		Педагогического и филологического образования (Новороссийск)
109		Информатики и математики (Новороссийск)
110		Социально-гуманитарных дисциплин (Тихорецк)
111		Уголовного права, процесса и криминалистики (Тихорецк)
112		Экономики и менеджмента (Тихорецк)
114		Истории, обществознания и педагогических технологий (Славянск-на-Кубани)
115		Математики, информатики, естественнонаучных и общетехнических дисциплин (Славянск-на-Кубани)
117		Профессиональной педагогики, психологии и физической культуры (Славянск-на-Кубани)

118		Русской и зарубежной филологии (Славянск-на-Кубани)
123		ПЦК "Русский язык"
124		ПЦК "Математика"
125		ПЦК "История"
126		ПЦК "Сервис"
127		ПЦК "Пчеловодство"
128		ПЦК "БЖД"
129		ПЦК "Право"
130		ПЦК "Экономика"
131		ПЦК "Дизайн"
132		ПЦК "Педагогика"
133		ПЦК "Фармация"
134		СПО (Геленджик)
136		СПО (Славянск-на-Кубани)
137		СПО (Тихорецк)
138		кафедра не указана

з.е.	Распределение з.е. по курсам и периодам обучения							
	Курс 1				Курс 2			
	Сем. 1		Сем. 2		Сем. 3		Сем. 4	
	Наименование	з.е.	Наименование	з.е.	Наименование	з.е.	Наименование	з.е.
Итого	61				61			
Всего	30		31		32		29	
1	Б1.О.01□ Бизнес-модели и стратегическое управление□ [Эк]□ ИОПК-4.2	3	Б1.О.04□ Современные теории и практики управления□ [Эк, КР]□ ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-4.1; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2	4	Б1.В.10□ Организация и планирование маркетинговых программ□ [Эк]□ ИУК-2.1; ИУК-2.2; ИПК-2.2; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5; ИПК-3.6; ИПК-2.4	4	Б1.В.16□ Маркетинг в социальных медиа□ [Эк]□ ИПК-3.1; ИПК-3.3	3
2								
3								
4	Б1.О.02□ Информационно-аналитические системы в менеджменте□ [За]□ ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-2.3	3	Б1.О.05□ Методы принятия организационно-управленческих решений□ [За]□ ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; ИОПК-3.3	3	Б1.В.11□ Технологии и инструменты интернет-маркетинга□ [Эк]□ ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5; ИПК-4.3	3	Б1.В.17□ Практикум по организации BTL и event - мероприятий□ [Эк]□ ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.6	4
5								
6								
7	Б1.О.03□ Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере□ [За]□ ИУК-4.1; ИУК-5.1; ИУК-5.2	2	Б1.О.06□ Технологии личностного роста□ [За]□ ИУК-6.1; ИУК-6.2	2	Б1.В.12□ Бренд-менеджмент□ [За]□ ИПК-2.1	3	Б1.В.18□ Научно-исследовательский семинар□ [За]□ ИПК-1.2; ИПК-1.3	3
8								
9								
10	Б1.В.01□ Теория и методология современного маркетинга□ [Эк]□ ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5	3	Б1.В.05□ Практикум по проведению маркетинговых исследований□ [Эк]□ ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-2.3	3	Б1.В.13□ Основы графического и веб-дизайна□ [За]□ ИПК-3.1; ИПК-3.3; ИПК-3.6	3	Б1.В.ДЭ.01.01□ Элективные дисциплины (модули) 1 (ДЭ.1): Управление изменениями в VUCA-мире□ [За]□ (/ Практикум по менеджменту в реалиях VUCA- мира)□ ИПК-2.1	2
11								
12								
	Б1.В.02□ Методология научных исследований□ [За]□ ИПК-1.1; ИПК-1.2	2					Б1.В.ДЭ.02.01□ Элективные	

13		Б1.В.06□ Маркетинг инноваций и изменений□ [3а]□ ИПК-2.1	2		дисциплины (модули) 2 (ДЭ.2): Маркетинг консалтинговых услуг и продуктов□ [3а]□ (/ В2В маркетинг)□ ИПК-3.1; ИПК-3.4; ИПК-3.5; ИПК-3.6	2
14	Б1.В.03□ Организация предпринимательской деятельности и бизнес-планирование□ [3а]□ ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3	3		Б1.В.14□ Управление каналами распределения и маркетинговая логистика□ [3а]□ ИПК-2.3		
15		Б1.В.07□ Правовое обеспечение маркетинговой деятельности□ [3а]□ ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-3.1; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3; ИПК-2.3; ИПК-2.4	2	3		
16						
17	Б1.В.04□ Управление персоналом□ [3а]□ ИУК-3.1; ИУК-3.2; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.5; ИПК-3.6; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3	2	Б1.В.08□ Стратегический анализ в маркетинговой деятельности□ [3а]□ ИУК-1.1; ИУК-1.2; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-2.4	2	Б1.В.15□ HR маркетинг□ [3а]□ ИУК-3.1; ИУК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3	3
18					Б2.В.02□ Производственная практика, в т.ч.:□ [3а]□ ИПК-1.1; ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-2.3; ИПК-2.4	9
19		Б1.В.09□ Ценообразование в маркетинге□ [3а]□ ИПК-2.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4	3			
20						
21						
22						
23						
24					Б3.01□ Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы□ ИУК-1.1; ИУК-1.2; ИУК-2.1; ИУК-2.2; ИУК-3.1; ИУК-3.2; ИУК-4.1; ИУК-5.1; ИУК-5.2; ИУК-6.1;	
25	Б2.В.01□ Учебная практика, в т.ч.:□ [3а]□ ИПК-1.1	12	Б2.О.01□ Производственная практика, в т.ч.:□ [3а]□ ИОПК-1.1; ИОПК-1.2;	о	Б2.В.02□ Производственная практика, в т.ч.:□	
26						

27		ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-2.3; ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; ИОПК-3.3; ИОПК-4.1; ИОПК-4.2; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2	9	[За] □ ИПК-1.1; ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-2.3; ИПК-2.4	12
28					
29					
30					
31		ФТД.01 □ Практикум по технологиям работы с источниками научной информации □ [За] □ ИПК-1.2	1		
32				ФТД.02 □ Практикум по научно-исследовательской деятельности □ [За] □ ИПК-1.2	1

