Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кубанский государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор _____ Хагуров Т.А.

"17" мая 2022 г.

РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

План одобрен Ученым советом вуза

Протокол № 11 от 27.05.2022

38.04.06

38.04.06 Торговое дело

Магистерская программа: Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде

Кафедра: Маркетинга и торгового дела

Факультет: Экономический

Квалификация: Магистр

Форма обучения: Очная

Срок получения образования: 2 г.

Год начала подготовки (по учебному плану) 2022

Учебный год 2022-2023

Образовательный стандарт (ФГОС) № 982 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

Проректор по УРиКО-ПП _____ / Хагуров Т.А./

Начальник УМУ _____ / Карапетян Ж.О./

Декан _____ / Шевченко И.В./

Зав. кафедрой _____ / Костецкий А.Н./

Председатель УМК _____ / Дробышевская Л.Н./

Руководитель магистерской программой _____ / Костецкий А.Н./

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 * * *	* * * У У У	У	У	Э	К		*											П П П П П *																
II										*			П	П	П	П	П	П П П * *	* * * П П	П	П	Э	К		*											П П П П П *	П П П П П *	П П П П Э Э	К К К К К К	Д Д Д Д Д Д												

Сводные данные

		Курс 1			Курс 2			Итого
		Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4	Всего	
	Теоретическое обучение	11 1/6	12	23 1/6	11 1/6	8	19 1/6	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								

ПланСвод Учебный план магистратуры '38.04.06_Торговое дело_Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде_22.plx', код направления 38.04.06, магистерская программа : Торго

-	-	-	Форма контроля				з.е.		Итого акад.часов							Курс 1		Курс 2		Закрепленная кафедра	
																Семест	Семест	Семест	Семест		
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспертное	Факт	Экспертное	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	Контроль	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	Стратегический анализ и управление торгово-коммерческой деятельностью	1				3	3	108	108	30.3	30	51	26.7		3				45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.О.02	Современные информационные технологии в профессиональной деятельности		1			3	3	108	108	24.2	24	83.8			3				45	Маркетинга и торгового дела
+	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	Финансово-экономическое обоснование управленческих решений	2			2	4	4	144	144	44.3	44	73	26.7			4			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.О.05	Фундаментальные и прикладные исследования в торгово-коммерческой деятельности		2			3	3	108	108	24.2	24	83.8				3			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.О.06	Технологии личностного роста		2			2	2	72	72	24.2	24	47.8				2			65	Экономики предприятия,
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							55	55	1980	1980	524.6	520	1295.2	160.2		10	12	19	14		
+	Б1.В.01	Интегрированные системы маркетинговых коммуникаций	1				3	3	108	108	30.3	30	51	26.7		3				45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.02	Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности		1			2	2	72	72	24.2	24	47.8			2				45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.03	Методологический семинар по НИР		1			2	2	72	72	24.2	24	47.8			2				45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.04	Омниканальные системы розничной торговли		1			3	3	108	108	24.2	24	83.8			3				45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.05	Стратегический маркетинг в торговле	2				3	3	108	108	30.3	30	51	26.7			3			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.06	Брендинг в онлайн-торговле		2			2	2	72	72	24.2	24	47.8				2			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.07	Информационное обеспечение маркетинговых решений		2			2	2	72	72	24.2	24	47.8				2			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.08	Рыночные исследования и веб-аналитика		2			3	3	108	108	24.2	24	83.8				3			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.09	Управление рыночными инновациями и изменениями		2			2	2	72	72	24.2	24	47.8				2			45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.10	Реклама и продвижение в интернет	3				4	4	144	144	30.3	30	87	26.7				4		45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.11	Управление интернет-проектами	3				3	3	108	108	30.3	30	51	26.7				3		45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.12	Поисковая оптимизация		3			3	3	108	108	24.2	24	83.8					3		45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.13	Политика ценообразования коммерческого предприятия		3			3	3	108	108	24.2	24	83.8					3		45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.14	Разработка и дизайн веб-сайтов		3			3	3	108	108	24.2	24	83.8					3		45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.15	Распределительные и логистические системы в онлайн-торговле		3			3	3	108	108	24.2	24	83.8					3		45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.16	Продуктовая и ассортиментная политика	4				3	3	108	108	32.3	32	49	26.7					3	45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.17	Системы управления и стимулирования торгового персонала	4				4	4	144	144	32.3	32	85	26.7					4	45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.18	Научно-исследовательский семинар		4			3	3	108	108	24.2	24	83.8						3	45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.ДЭ.01	**Элективные дисциплины (модули) 1 (ДЭ.1)**		**4**			2	**2**	**72**	**72**	**24.2**	**24**	**47.8**						2		
+	Б1.В.ДЭ.01.01	Маркетинг в социальных сетях		4			2	2	72	72	24.2	24	47.8						2	45	Маркетинга и торгового дела
-	Б1.В.ДЭ.01.02	Мобильный маркетинг		4			2	2	72	72	24.2	24	47.8						2	45	Маркетинга и торгового дела
+	Б1.В.ДЭ.02	**Элективные дисциплины (модули) 2 (ДЭ.2)**		**4**			2	**2**	**72**	**72**	**24.2**	**24**	**47.8**						2		
+	Б1.В.ДЭ.02.01	Деловые переговоры и партнерские отношения		4			2	2	72	72	24.2	24	47.8						2	45	Маркетинга и торгового дела
-	Б1.В.ДЭ.02.02	Партнерские отношения и программы в интернет		4			2	2	72	72	24.2	24	47.8						2	45	Маркетинга и торгового дела
Блок 2.Практика							42	42	1512	1512	15		1497			12	9	12	9		

ПланСвод Учебный план магистратуры '38.04.06_Торговое дело_Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде_22.plx', код направления 38.04.06, магистерская программа : Торг

-	-	-	Форма контроля				з.е.		Итого акад.часов							Курс 1		Курс 2		Закрепленная кафедра	
																Семест	Семест	Семест	Семест		
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспертное	Факт	Экспертное	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	Контроль	Пр. подгот	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	Код	Наименование
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)	Торгово-технологическая практика (часть 1)		2			9	9	324	324	4		320				9			45	Маркетинга и торгового дела
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 (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)		1			12	12	432	432	4		428			12				45	Маркетинга и торгового дела
+	Б2.В.02	**Производственная практика, в т.ч.:**		**34**			21	**21**	**756**	**756**	**7**		**749**					12	9		
+	Б2.В.02.01(П)	Торгово-технологическая практика (часть 2)		3			12	12	432	432	4		428					12		45	Маркетинга и торгового дела
+	Б2.В.02.02(П)	Научно-исследовательская работа		4			9	9	324	324	3		321						9	45	Маркетинга и торгового дела
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	45	Маркетинга и торгового дела
+	Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы					2	2	72	72	0.5		71.5						2	45	Маркетинга и торгового дела
ФТД.Факультативные дисциплины							2	2	72	72	12.4	12	59.6				1	1			
+	ФТД.01	Практикум по технологиям продаж		2			1	1	36	36	6.2	6	29.8				1			45	Маркетинга и торгового дела
+	ФТД.02	Практикум по креативному маркетингу		3			1	1	36	36	6.2	6	29.8					1		45	Маркетинга и торгового дела

План Учебный план магистратуры '38.04.06_Торговое дело_Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде_22.plx', код направления 38.04.06, магистерская программа : Торговые

-	-	-	Форма контроля				з.е.		-	Итого акад.часов				
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспертное	Факт	Часов в з.е.	Экспертное	По плану	Конт. раб.	СР	Контроль
Блок 1.Дисциплины (модули)							72	72		2592	2592	696	1682.4	213.6
Обязательная часть							17	17		612	612	171.4	387.2	53.4
+	Б1.О.01	Стратегический анализ и управление торгово-коммерческой деятельностью	1				3	3	36	108	108	30.3	51	26.7
+	Б1.О.02	Современные информационные технологии в профессиональной деятельности		1			3	3	36	108	108	24.2	83.8	
+	Б1.О.03	Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере		1			2	2	36	72	72	24.2	47.8	
+	Б1.О.04	Финансово-экономическое обоснование управленческих решений	2			2	4	4	36	144	144	44.3	73	26.7
+	Б1.О.05	Фундаментальные и прикладные исследования в торгово-коммерческой деятельности		2			3	3	36	108	108	24.2	83.8	
+	Б1.О.06	Технологии личностного роста		2			2	2	36	72	72	24.2	47.8	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							55	55		1980	1980	524.6	1295.2	160.2
+	Б1.В.01	Интегрированные системы маркетинговых коммуникаций	1				3	3	36	108	108	30.3	51	26.7
+	Б1.В.02	Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности		1			2	2	36	72	72	24.2	47.8	
+	Б1.В.03	Методологический семинар по НИР		1			2	2	36	72	72	24.2	47.8	
+	Б1.В.04	Омниканальные системы розничной торговли		1			3	3	36	108	108	24.2	83.8	
+	Б1.В.05	Стратегический маркетинг в торговле	2				3	3	36	108	108	30.3	51	26.7
+	Б1.В.06	Брендинг в онлайн-торговле		2			2	2	36	72	72	24.2	47.8	
+	Б1.В.07	Информационное обеспечение маркетинговых решений		2			2	2	36	72	72	24.2	47.8	
+	Б1.В.08	Рыночные исследования и веб-аналитика		2			3	3	36	108	108	24.2	83.8	
+	Б1.В.09	Управление рыночными инновациями и изменениями		2			2	2	36	72	72	24.2	47.8	
+	Б1.В.10	Реклама и продвижение в интернет	3				4	4	36	144	144	30.3	87	26.7
+	Б1.В.11	Управление интернет-проектами	3				3	3	36	108	108	30.3	51	26.7
+	Б1.В.12	Поисковая оптимизация		3			3	3	36	108	108	24.2	83.8	
+	Б1.В.13	Политика ценообразования коммерческого предприятия		3			3	3	36	108	108	24.2	83.8	
+	Б1.В.14	Разработка и дизайн веб-сайтов		3			3	3	36	108	108	24.2	83.8	
+	Б1.В.15	Распределительные и логистические системы в онлайн-торговле		3			3	3	36	108	108	24.2	83.8	
+	Б1.В.16	Продуктовая и ассортиментная политика	4				3	3	36	108	108	32.3	49	26.7
+	Б1.В.17	Системы управления и стимулирования торгового персонала	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.ДЭ.01	**Элективные дисциплины (модули) 1 (ДЭ.1)**		**4**			2	**2**		**72**	**72**	**24.2**	**47.8**	
+	Б1.В.ДЭ.01.01	Маркетинг в социальных сетях		4			2	2	36	72	72	24.2	47.8	
-	Б1.В.ДЭ.01.02	Мобильный маркетинг		4			2	2	36	72	72	24.2	47.8	
+	Б1.В.ДЭ.02	**Элективные дисциплины (модули) 2 (ДЭ.2)**		**4**			2	**2**		**72**	**72**	**24.2**	**47.8**	
+	Б1.В.ДЭ.02.01	Деловые переговоры и партнерские отношения		4			2	2	36	72	72	24.2	47.8	
-	Б1.В.ДЭ.02.02	Партнерские отношения и программы в интернет		4			2	2	36	72	72	24.2	47.8	
Блок 2.Практика							42	42		1512	1512	15	1497	

План Учебный план магистратуры '38.04.06_Торговое дело_Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде_22.plx', код направления 38.04.06, магистерская программа : Торговые

Курс 1																Курс 2															
Семестр 1								Семестр 2								Семестр 3								Семестр 4							
з.е.	Лек	Лаб	Пр	КРП	ИКР	СР	Контроль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	КРП	ИКР	СР	Контроль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	КРП	ИКР	СР	Контроль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	КРП	ИКР	СР	Контроль
18	42	18	120		1.6	413	53.4	21	48	18	138	14	1.8	482.8	53.4	19	36	18	102		1.4	473.2	53.4	14	56		80		1.2	313.4	53.4
8	18	18	42		0.7	182.6	26.7	9	18		60	14	0.7	204.6	26.7																
3	6		24		0.3	51	26.7																								
3	6	18			0.2	83.8																									
2	6		18		0.2	47.8																									
								4	6		24	14	0.3	73	26.7																
								3	6		18		0.2	83.8																	
								2	6		18		0.2	47.8																	
10	24		78		0.9	230.4	26.7	12	30	18	78		1.1	278.2	26.7	19	36	18	102		1.4	473.2	53.4	14	56		80		1.2	313.4	53.4
3	6		24		0.3	51	26.7																								
2	6		18		0.2	47.8																									
2	6		18		0.2	47.8																									
3	6		18		0.2	83.8																									
								3	6		24		0.3	51	26.7																
								2	6		18		0.2	47.8																	
								2	6	18			0.2	47.8																	
								3	6		18		0.2	83.8																	
								2	6		18		0.2	47.8																	
																4	6		24		0.3	87	26.7								
																3	6		24		0.3	51	26.7								
																3	6		18		0.2	83.8									
																3	6		18		0.2	83.8									
																3	6	18			0.2	83.8									
																3	6		18		0.2	83.8									
																								3	16		16		0.3	49	26.7
																								4	16		16		0.3	85	26.7
																								3	8		16		0.2	83.8	
																								2	**8**		**16**		**0.2**	**47.8**	
																								2	8		16		0.2	47.8	
																								2	8		16		0.2	47.8	
																								2	**8**		**16**		**0.2**	**47.8**	
																								2	8		16		0.2	47.8	
																								2	8		16		0.2	47.8	
12					4	428		9					4	320		12					4	428		9					3	321	

План Учебный план магистратуры '38.04.06_Торговое дело_Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде_22.plx', код направления 38.04.06, магистерская программа : Торговые

Закрепленная кафедра		-
Код	Наименование	Компетенции
45	Маркетинга и торгового дела	ИУК-1.1; ИУК-1.2; ИОПК-2.2; ИОПК-3.2; ИОПК-4.2
45	Маркетинга и торгового дела	ИОПК-2.1; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2
48	Мировой экономики и менеджмента	ИУК-4.1; ИУК-5.1; ИУК-5.2
45	Маркетинга и торгового дела	ИОПК-4.1
45	Маркетинга и торгового дела	ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-3.1
65	Экономики предприятия,	ИУК-6.1; ИУК-6.2
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-2.1; ИПК-2.4
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-2.3; ИПК-2.4; ИПК-3.1; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-1.1; ИПК-1.2
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-2.3
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-2.1
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-2.1; ИПК-3.6
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-2.1; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.5
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-2.1
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-2.4; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.5
45	Маркетинга и торгового дела	ИУК-2.1; ИУК-2.2; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5; ИПК-3.6
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-3.1; ИПК-3.3; ИПК-3.4
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-2.2
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-3.3
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-2.2; ИПК-2.3
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-2.1
45	Маркетинга и торгового дела	ИУК-3.1; ИУК-3.2; ИПК-3.5; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-1.2; ИПК-1.3
		ИПК-3.1; ИПК-3.3
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-3.1; ИПК-3.3
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-3.1; ИПК-3.3
		ИПК-3.1; ИПК-3.6
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-3.1; ИПК-3.6
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-3.1; ИПК-3.6

План Учебный план магистратуры '38.04.06_Торговое дело_Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде_22.plx', код направления 38.04.06, магистерская программа : Торговые

-	-	-	Форма контроля				з.е.		-	Итого акад.часов				
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспертное	Факт	Часов в з.е.	Экспертное	По плану	Конт. раб.	СР	Контроль
Обязательная часть							9	9		324	324	4	320	
+	Б2.О.01	**Производственная практика, в т.ч.:**		**2**			9	**9**		**324**	**324**	**4**	**320**	
+	Б2.О.01.01(П)	Торгово-технологическая практика (часть 1)		2			9	9	36	324	324	4	320	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							33	33		1188	1188	11	1177	
+	Б2.В.01	**Учебная практика, в т.ч.:**		**1**			12	**12**		**432**	**432**	**4**	**428**	
+	Б2.В.01.01(У)	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)		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(П)	Торгово-технологическая практика (часть 2)		3			12	12	36	432	432	4	428	
+	Б2.В.02.02(П)	Научно-исследовательская работа		4			9	9	36	324	324	3	321	
Блок 3.Государственная итоговая аттестация							6	6		216	216	25.5	190.5	
+	Б3.01	**Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы**					6	**6**		**216**	**216**	**25.5**	**190.5**	
+	Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы					4	4	36	144	144	25	119	
+	Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы					2	2	36	72	72	0.5	71.5	
ФТД.Факультативные дисциплины							2	2		72	72	12.4	59.6	
+	ФТД.01	Практикум по технологиям продаж		2			1	1	36	36	36	6.2	29.8	
+	ФТД.02	Практикум по креативному маркетингу		3			1	1	36	36	36	6.2	29.8	

План Учебный план магистратуры '38.04.06_Торговое дело_Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде_22.plx', код направления 38.04.06, магистерская программа : Торговые

Курс 1																Курс 2															
Семестр 1								Семестр 2								Семестр 3								Семестр 4							
з.е.	Лек	Лаб	Пр	КРП	ИКР	СР	Контроль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	КРП	ИКР	СР	Контроль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	КРП	ИКР	СР	Контроль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	КРП	ИКР	СР	Контроль
								9					4	320																	
								9					**4**	**320**																	
								9					4	320																	
12					4	428										12					4	428		9					3	321	
12					**4**	**428**																									
12					4	428																									
																12					**4**	**428**		9					**3**	**321**	
																12					4	428									
																								9					3	321	
																								6					25.5	190.5	
																								6					**25.5**	**190.5**	
																								4					25	119	
																								2					0.5	71.5	
								1			6		0.2	29.8		1			6		0.2	29.8									
								1			6		0.2	29.8																	
																1			6		0.2	29.8									

План Учебный план магистратуры '38.04.06_Торговое дело_Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде_22.plx', код направления 38.04.06, магистерская программа : Торговые

Закрепленная кафедра		-
Код	Наименование	Компетенции
		ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; ИОПК-4.1; ИОПК-4.2; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2
45	Маркетинга и торгового дела	ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; ИОПК-4.1; ИОПК-4.2; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2
		ИПК-1.1; ИПК-1.2
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-1.1; ИПК-1.2
		ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-2.3; ИПК-2.4; 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
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-2.3; ИПК-2.4; 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
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-2.2; ИПК-2.3; ИПК-2.4; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4
		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-3.1; ИОПК-3.2; 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-2.3; ИПК-2.4; 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
45	Маркетинга и торгового дела	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-3.1; ИОПК-3.2; 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-2.3; ИПК-2.4; 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
45	Маркетинга и торгового дела	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-3.1; ИОПК-3.2; 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-2.3; ИПК-2.4; 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
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-2.3; ИПК-2.4
45	Маркетинга и торгового дела	ИПК-2.1; ИПК-2.4

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.О.01	Стратегический анализ и управление торгово-коммерческой деятельностью	
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.О.01	Стратегический анализ и управление торгово-коммерческой деятельностью	
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.11	Управление интернет-проектами	
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.11	Управление интернет-проектами	
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.17	Системы управления и стимулирования торгового персонала	
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.17	Системы управления и стимулирования торгового персонала	
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

Индекс	Содержание	Тип
ИУК-4.1	Использует современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия на государственном и иностранном(ых) язы-ке(ах)	-
Б1.О.03	Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере	
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-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	
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-5.2	Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	-
Б1.О.03	Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере	
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-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	
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-6.2	Реализует и корректирует стратегию личностного и профессионального развития на основе самооценки	-
Б1.О.06	Технологии личностного роста	
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-1	Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах;	ОПК
ИОПК-1.1	Применяет знания экономической и управленческой теории при решении исследовательских задач в профессиональной сфере	-
Б1.О.05	Фундаментальные и прикладные исследования в торгово-коммерческой деятельности	
Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.О.01.01(П)	Торгово-технологическая практика (часть 1)	
Б3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	

Индекс	Содержание	Тип
Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	
Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	
ИОПК-1.2	Применяет знания экономической и управленческой теории при решении практических задач управления торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	-
Б1.О.05	Фундаментальные и прикладные исследования в торгово-коммерческой деятельности	
Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.О.01.01(П)	Торгово-технологическая практика (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-2	Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур;	ОПК
ИОПК-2.1	Применяет инструментальные методы сбора, обработки и анализа больших объемов данных в деятельности торгово-коммерческих предприятий	-
Б1.О.02	Современные информационные технологии в профессиональной деятельности	
Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.О.01.01(П)	Торгово-технологическая практика (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	Выявляет актуальные проблемы рыночного развития, определяет направления исследований, формулирует выводы и предложения в процессе стратегического планирования и координации деятельности торгово-коммерческих подразделений	-
Б1.О.01	Стратегический анализ и управление торгово-коммерческой деятельностью	
Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.О.01.01(П)	Торгово-технологическая практика (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 критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения	ОПК
ИОПК-3.1	Демонстрирует способность критически анализировать и оценивать результаты отечественных и зарубежных научных исследований торгово-коммерческой деятельности	-
Б1.О.05	Фундаментальные и прикладные исследования в торгово-коммерческой деятельности	
Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.О.01.01(П)	Торгово-технологическая практика (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	

Индекс	Содержание	Тип
ИОПК-3.2	Выявляет основные тенденции сферы обращения и обосновывает приоритетные направления развития коммерческой деятельности	-
Б1.О.01	Стратегический анализ и управление торгово-коммерческой деятельностью	
Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.О.01.01(П)	Торгово-технологическая практика (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 принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности	ОПК
ИОПК-4.1	Использует подходы и инструменты экономического и финансового обоснования организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности	-
Б1.О.04	Финансово-экономическое обоснование управленческих решений	
Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.О.01.01(П)	Торгово-технологическая практика (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	Формулирует тактические и стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности	-
Б1.О.01	Стратегический анализ и управление торгово-коммерческой деятельностью	
Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.О.01.01(П)	Торгово-технологическая практика (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 применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач	ОПК
ИОПК-5.1	Использует стандартный комплекс компьютерных программ и технологий для обработки и представления информации в управленческой деятельности	-
Б1.О.02	Современные информационные технологии в профессиональной деятельности	
Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.О.01.01(П)	Торгово-технологическая практика (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	Использует специализированное программное обеспечение и интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении профессиональных задач	-
Б1.О.02	Современные информационные технологии в профессиональной деятельности	
Б2.О.01	Производственная практика, в т.ч.:	

Индекс	Содержание	Тип
Б2.О.01.01(П)	Торгово-технологическая практика (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 реализовать маркетинговые программы торгового предприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК
ИПК-2.1	Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальны активы (бренды) и управляет ими в торговой организации	-
Б1.В.01	Интегрированные системы маркетинговых коммуникаций	
Б1.В.02	Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности	
Б1.В.06	Брендинг в онлайн-торговле	
Б1.В.07	Информационное обеспечение маркетинговых решений	
Б1.В.08	Рыночные исследования и веб-аналитика	
Б1.В.09	Управление рыночными инновациями и изменениями	
Б1.В.16	Продуктовая и ассортиментная политика	
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.В.02.01(П)	Торгово-технологическая практика (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	
ФТД.02	Практикум по креативному маркетингу	
ИПК-2.2	Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы ценообразования на предприятии и формирует ценовую политику в коммерческой организации	-
Б1.В.02	Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности	
Б1.В.13	Политика ценообразования коммерческого предприятия	
Б1.В.15	Распределительные и логистические системы в онлайн-торговле	
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.В.02.01(П)	Торгово-технологическая практика (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-2.3	Разрабатывает, внедряет и совершенствует систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в коммерческой организации	-
Б1.В.02	Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности	
Б1.В.04	Омниканальные системы розничной торговли	
Б1.В.15	Распределительные и логистические системы в онлайн-торговле	
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	

Индекс	Содержание	Тип
Б2.В.02.01(П)	Торгово-технологическая практика (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 продаж	
ИПК-2.4	Разрабатывает, внедряет и совершенствует интегрированную стистему маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации	-
Б1.В.01	Интегрированные системы маркетинговых коммуникаций	
Б1.В.02	Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности	
Б1.В.10	Реклама и продвижение в интернет	
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.В.02.01(П)	Торгово-технологическая практика (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 продаж	
ФТД.02	Практикум по креативному маркетингу	
ПК-3	Способен осуществлять стратегическое планирование коммерческой деятельности и маркетинговых кампаний в онлайн-среде	ПК
ИПК-3.1	Проводит переговоры с потенциальными заказчиками по формированию и реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде	-
Б1.В.02	Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности	
Б1.В.05	Стратегический маркетинг в торговле	
Б1.В.08	Рыночные исследования и веб-аналитика	
Б1.В.10	Реклама и продвижение в интернет	
Б1.В.12	Поисковая оптимизация	
Б1.В.ДЭ.01.01	Маркетинг в социальных сетях	
Б1.В.ДЭ.01.02	Мобильный маркетинг	
Б1.В.ДЭ.02.01	Деловые переговоры и партнерские отношения	
Б1.В.ДЭ.02.02	Партнерские отношения и программы в интернет	
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.В.02.01(П)	Торгово-технологическая практика (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-3.2	Разрабатывает и анализирует систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в интернет-среде	-

Индекс	Содержание	Тип
Б1.В.05	Стратегический маркетинг в торговле	
Б1.В.08	Рыночные исследования и веб-аналитика	
Б1.В.10	Реклама и продвижение в интернет	
Б1.В.11	Управление интернет-проектами	
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.В.02.01(П)	Торгово-технологическая практика (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-3.3	Разрабатывает комплексную маркетинговую стратегию продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде	-
Б1.В.05	Стратегический маркетинг в торговле	
Б1.В.08	Рыночные исследования и веб-аналитика	
Б1.В.10	Реклама и продвижение в интернет	
Б1.В.11	Управление интернет-проектами	
Б1.В.12	Поисковая оптимизация	
Б1.В.14	Разработка и дизайн веб-сайтов	
Б1.В.ДЭ.01.01	Маркетинг в социальных сетях	
Б1.В.ДЭ.01.02	Мобильный маркетинг	
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.В.02.01(П)	Торгово-технологическая практика (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 проекта продвижения продукта, компании, сайта в интернет-среде	-
Б1.В.05	Стратегический маркетинг в торговле	
Б1.В.11	Управление интернет-проектами	
Б1.В.12	Поисковая оптимизация	
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.В.02.01(П)	Торгово-технологическая практика (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-3.5	Формирует систему контроля стратегии проекта по продвижению продукта, компании, сайта в интернет-среде	-
Б1.В.05	Стратегический маркетинг в торговле	
Б1.В.08	Рыночные исследования и веб-аналитика	

Индекс	Содержание	Тип
Б1.В.10	Реклама и продвижение в интернет	
Б1.В.11	Управление интернет-проектами	
Б1.В.17	Системы управления и стимулирования торгового персонала	
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.В.02.01(П)	Торгово-технологическая практика (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-3.6	Формирует отчетность о реализации стратегии проекта продвижения продукта, компании, сайта в интернет-сети	-
Б1.В.07	Информационное обеспечение маркетинговых решений	
Б1.В.11	Управление интернет-проектами	
Б1.В.ДЭ.02.01	Деловые переговоры и партнерские отношения	
Б1.В.ДЭ.02.02	Партнерские отношения и программы в интернет	
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.В.02.01(П)	Торгово-технологическая практика (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-4	Способен осуществлять организационно-управленческие функции по управлению и стимулированию торгового и маркетингового персонала в процессе реализации стратегии интернет-маркетинга	-
ИПК-4.1	Разрабатывает систему мотивации торгового и маркетингового персонала в цифровой среде	-
Б1.В.02	Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности	
Б1.В.17	Системы управления и стимулирования торгового персонала	
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.В.02.01(П)	Торгово-технологическая практика (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-4.2	Формирует требования к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга	-
Б1.В.02	Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности	
Б1.В.17	Системы управления и стимулирования торгового персонала	
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.В.02.01(П)	Торгово-технологическая практика (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-4.3	Применяет инструменты управления и контроля персонала в интернет-торговле	-
Б1.В.02	Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности	

Индекс	Содержание	Тип
Б1.В.17	Системы управления и стимулирования торгового персонала	
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	
Б2.В.02.01(П)	Торгово-технологическая практика (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	
Тип задач проф. деятельности:	научно-исследовательский	
ПК-1	Способен осуществлять самостоятельные научные исследования по перспективным направлениям развития торгово-коммерческой деятельности	ПК
ИПК-1.1	Выявляет перспективные направления исследований, обосновывает актуальность темы исследования и составляет программу исследовательского проекта	-
Б1.В.03	Методологический семинар по НИР	
Б2.В.01	Учебная практика, в т.ч.:	
Б2.В.01.01(У)	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)	
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.03	Методологический семинар по НИР	
Б1.В.18	Научно-исследовательский семинар	
Б2.В.01	Учебная практика, в т.ч.:	
Б2.В.01.01(У)	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)	
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-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.02.02(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-3.1; ИОПК-3.2; 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-2.3; ИПК-2.4; 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
Б1.О	Обязательная часть	ИУК-1.1; ИУК-1.2; 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-3.1; ИОПК-3.2; ИОПК-4.1; ИОПК-4.2; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2
Б1.О.01	Стратегический анализ и управление торгово-коммерческой деятельностью	ИУК-1.1; ИУК-1.2; ИОПК-2.2; ИОПК-3.2; ИОПК-4.2
Б1.О.02	Современные информационные технологии в профессиональной деятельности	ИОПК-2.1; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2
Б1.О.03	Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере	ИУК-4.1; ИУК-5.1; ИУК-5.2
Б1.О.04	Финансово-экономическое обоснование управленческих решений	ИОПК-4.1
Б1.О.05	Фундаментальные и прикладные исследования в торгово-коммерческой деятельности	ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-3.1
Б1.О.06	Технологии личностного роста	ИУК-6.1; ИУК-6.2
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	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-2.3; ИПК-2.4; 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
Б1.В.01	Интегрированные системы маркетинговых коммуникаций	ИПК-2.1; ИПК-2.4
Б1.В.02	Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности	ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-2.3; ИПК-2.4; ИПК-3.1; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3
Б1.В.03	Методологический семинар по НИР	ИПК-1.1; ИПК-1.2
Б1.В.04	Омниканальные системы розничной торговли	ИПК-2.3
Б1.В.05	Стратегический маркетинг в торговле	ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5
Б1.В.06	Брендинг в онлайн-торговле	ИПК-2.1
Б1.В.07	Информационное обеспечение маркетинговых решений	ИПК-2.1; ИПК-3.6
Б1.В.08	Рыночные исследования и веб-аналитика	ИПК-2.1; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.5
Б1.В.09	Управление рыночными инновациями и изменениями	ИПК-2.1
Б1.В.10	Реклама и продвижение в интернет	ИПК-2.4; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.5
Б1.В.11	Управление интернет-проектами	ИУК-2.1; ИУК-2.2; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5; ИПК-3.6
Б1.В.12	Поисковая оптимизация	ИПК-3.1; ИПК-3.3; ИПК-3.4
Б1.В.13	Политика ценообразования коммерческого предприятия	ИПК-2.2
Б1.В.14	Разработка и дизайн веб-сайтов	ИПК-3.3
Б1.В.15	Распределительные и логистические системы в онлайн-торговле	ИПК-2.2; ИПК-2.3
Б1.В.16	Продуктовая и ассортиментная политика	ИПК-2.1
Б1.В.17	Системы управления и стимулирования торгового персонала	ИУК-3.1; ИУК-3.2; ИПК-3.5; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3
Б1.В.18	Научно-исследовательский семинар	ИПК-1.2; ИПК-1.3

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1.В.ДЭ.01	Элективные дисциплины (модули) 1 (ДЭ.1)	ИПК-3.1; ИПК-3.3
Б1.В.ДЭ.01.01	Маркетинг в социальных сетях	ИПК-3.1; ИПК-3.3
Б1.В.ДЭ.01.02	Мобильный маркетинг	ИПК-3.1; ИПК-3.3
Б1.В.ДЭ.02	Элективные дисциплины (модули) 2 (ДЭ.2)	ИПК-3.1; ИПК-3.6
Б1.В.ДЭ.02.01	Деловые переговоры и партнерские отношения	ИПК-3.1; ИПК-3.6
Б1.В.ДЭ.02.02	Партнерские отношения и программы в интернет	ИПК-3.1; ИПК-3.6
Б2	Практика	ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; 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-2.3; ИПК-2.4; 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
Б2.О	Обязательная часть	ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; 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-3.1; ИОПК-3.2; ИОПК-4.1; ИОПК-4.2; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2
Б2.О.01.01(П)	Торгово-технологическая практика (часть 1)	ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; 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-2.3; ИПК-2.4; 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
Б2.В.01	Учебная практика, в т.ч.:	ИПК-1.1; ИПК-1.2
Б2.В.01.01(У)	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)	ИПК-1.1; ИПК-1.2
Б2.В.02	Производственная практика, в т.ч.:	ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-2.3; ИПК-2.4; 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
Б2.В.02.01(П)	Торгово-технологическая практика (часть 2)	ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-2.3; ИПК-2.4; 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
Б2.В.02.02(П)	Научно-исследовательская работа	ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-2.2; ИПК-2.3; ИПК-2.4; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4
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-3.1; ИОПК-3.2; 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-2.3; ИПК-2.4; 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
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-3.1; ИОПК-3.2; 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-2.3; ИПК-2.4; 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
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-3.1; ИОПК-3.2; 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-2.3; ИПК-2.4; 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
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-3.1; ИОПК-3.2; 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-2.3; ИПК-2.4; 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
ФТД	Факультативные дисциплины	ИПК-2.1; ИПК-2.3; ИПК-2.4
ФТД.01	Практикум по технологиям продаж	ИПК-2.3; ИПК-2.4
ФТД.02	Практикум по креативному маркетингу	ИПК-2.1; ИПК-2.4

Индекс	Наименование	Компетенции	Требования к образованию
06	СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ		
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ	УК-4; ОПК-4; ПК-1; ПК-3; ПК-4	
K	Стратегическое планирование интернет-кампаний	УК-4; ОПК-4; ПК-3	Высшее образование - магистратура или специалитет
K/01.7	Проведение переговоров с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	УК-4; ОПК-4; 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	ИПК-3.1	
У.3	Разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию	ИПК-3.1	
У.4	Проводить переговоры	ИПК-3.1	
Зн.12	Основы баннерной рекламы	ИПК-3.1	
Зн.1	Основы предпринимательской деятельности	ИОПК-4.2	
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	ИОПК-4.1	
Зн.6	Методы проведения деловых переговоров	ИПК-3.1	
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	
K/02.7	Разработка системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта, и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ОПК-4; 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	

Индекс	Наименование	Компетенции	Требования к образованию
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	ИПК-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	ИПК-3.2	
Зн.3	Анализ хозяйственной деятельности	ИОПК-4.1	
Зн.4	Основы предпринимательской деятельности	ИОПК-4.2	
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	ИОПК-4.1	
Зн.8	Система инструментов интернет-маркетинга	ИПК-3.2	
K/03.7	Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ОПК-4; 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"	ИПК-3.3	
ТД.3	Корректировка деятельности сотрудников	ИПК-3.3	
ТД.4	Определение ключевых показателей эффективности продвижения	ИОПК-4.1	
У.1	Взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика	ИПК-3.3	
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	ИОПК-4.2	
Зн.2	Методы управления проектами	ИПК-3.3	

Индекс	Наименование	Компетенции	Требования к образованию
Зн.3	Функционирование поисковых машин	ИПК-3.3	
Зн.4	Основы предпринимательской деятельности	ИОПК-4.2	
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"	ОПК-4; ПК-3	
ТД.1	Оценка финансовых возможностей заказчика и экономического эффекта от реализации стратегии продвижения	ИОПК-4.1	
ТД.2	Определение основных направлений расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения	ИОПК-4.1	
ТД.3	Обоснование расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения	ИОПК-4.1	
У.1	Бюджетировать реализацию стратегии продвижения	ИОПК-4.1	
У.2	Обосновывать необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения	ИОПК-4.1	
У.3	Вычислять экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика	ИОПК-4.1	
Зн.1	Основы менеджмента	ИОПК-4.2	
Зн.2	Управление проектами	ИПК-3.4	
Зн.3	Функционирование поисковых машин	ИПК-3.4	
Зн.4	Основы предпринимательской деятельности	ИОПК-4.2	
Зн.5	Основы маркетинга	ИПК-3.4	
Зн.6	Основы бюджетирования маркетинговой деятельности	ИОПК-4.1	
К/05.7	Контроль реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	ОПК-4; ПК-3	

Индекс	Наименование	Компетенции	Требования к образованию
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	ИОПК-4.2	
Зн.2	Управление проектами	ИПК-3.5	
Зн.3	Управление персоналом	ИПК-3.5	
Зн.4	Основы предпринимательской деятельности	ИОПК-4.2	
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-4; 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-3.6	
У.2	Взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика	ИПК-3.6	
У.3	Проводить переговоры	ИПК-3.6	
Зн.1	Методы проведения деловых переговоров	ИПК-3.6	
Зн.2	Основы и правила проведения эффективных презентаций	ИПК-3.6	

Индекс	Наименование	Компетенции	Требования к образованию
Зн.3	Современные правила и стандарты составления технической документации	ИПК-3.6	
Зн.4	Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов	ИПК-3.6	
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-4; ПК-1; ПК-4	Высшее образование - магистратура или специалитет
L/01.7	Разработка системы мотивации специалистов по интернет-маркетингу	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; ИПК-1.2; ИПК-1.3	
У.2	Разрабатывать стратегию развития организации (подразделения)	ИПК-4.1	
У.3	Мотивировать персонал	ИПК-4.2	
У.4	Проводить переговоры	ИПК-4.2	
Зн.1	Основы менеджмента	ИПК-4.1	
Зн.2	Управление персоналом	ИПК-4.1	
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	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)	ИПК-4.2	
У.3	Распределять профессиональные задачи по сотрудникам	ИПК-4.2	
У.4	Проводить переговоры	ИПК-4.2	
Зн.1	Основы менеджмента	ИПК-4.2	
Зн.2	Управление персоналом	ИПК-4.2	
Зн.3	Основы налогообложения	ИПК-4.2	
Зн.4	Основы права	ИПК-4.2	

Индекс	Наименование	Компетенции	Требования к образованию
L/03.7	Управление специалистами по интернет-маркетингу и контроль их работы	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	ИПК-4.3	
Зн.1	Основы менеджмента	ИПК-4.3	
Зн.2	Управление персоналом	ИПК-4.3	
Зн.3	Основы налогообложения	ИПК-4.3	
Зн.4	Основы права	ИПК-4.3	
08	ФИНАНСЫ И ЭКОНОМИКА		
08.035	МАРКЕТОЛОГ	ОПК-5; ПК-2	
B	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ОПК-5; ПК-2	Высшее образование - магистратура или специалитет
B/01.7	Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	ОПК-5; 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	

Индекс		Наименование	Компетенции	Требования к образованию
	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-5.1	
	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	
B/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	

Индекс	Наименование	Компетенции	Требования к образованию
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	
B/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	
B/04.7	Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	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	

Индекс	Наименование	Компетенции	Требования к образованию
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	ИПК-2.4	
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.3	Состав процесса стратегического и оперативного планирования	ИПК-2.4	
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-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) язы-ке(ах)
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
K	Стратегическое планирование интернет-кампаний
K/01.7	Проведение переговоров с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Зн.4	Основы эффективной устной и письменной коммуникации
K/06.7	Составление отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Зн.6	Основы деловой коммуникации
L	Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга
L/03.7	Управление специалистами по интернет-маркетингу и контроль их работы
У.1	Осуществлять коммуникацию с коллегами и подчиненными
ОПК-4	Способен принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности
ИОПК-4.1	Использует подходы и инструменты экономического и финансового обоснования организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
K	Стратегическое планирование интернет-кампаний
K/01.7	Проведение переговоров с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Зн.5	Основы анализа хозяйственной деятельности
K/02.7	Разработка системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта, и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Зн.3	Анализ хозяйственной деятельности
Зн.7	Основы бюджетирования маркетинговой деятельности
K/03.7	Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ТД.4	Определение ключевых показателей эффективности продвижения
K/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.6	Основы бюджетирования маркетинговой деятельности
ИОПК-4.2	Формулирует тактические и стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
K	Стратегическое планирование интернет-кампаний
K/01.7	Проведение переговоров с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Индекс	Содержание
Зн.1	Основы предпринимательской деятельности
К/02.7	Разработка системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта, и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Зн.4	Основы предпринимательской деятельности
К/03.7	Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Зн.1	Основы менеджмента
Зн.4	Основы предпринимательской деятельности
К/04.7	Формирование и обоснование бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Зн.1	Основы менеджмента
Зн.4	Основы предпринимательской деятельности
К/05.7	Контроль реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Зн.1	Основы менеджмента
Зн.4	Основы предпринимательской деятельности
ОПК-5	Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач
ИОПК-5.1	Использует стандартный комплекс компьютерных программ и технологий для обработки и представления информации в управленческой деятельности
08.035	МАРКЕТОЛОГ
B	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга
B/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 реализовать маркетинговые программы торгового предприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга
ИПК-2.1	Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальны активы (бренды) и управляет ими в торговой организации
08.035	МАРКЕТОЛОГ
B	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга
B/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)

Индекс	Содержание
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, внедряет и совершенствует системы ценообразования на предприятии и формирует ценовую политику в коммерческой организации
08.035	МАРКЕТОЛОГ
B	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга
B/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, внедряет и совершенствует систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в коммерческой организации
08.035	МАРКЕТОЛОГ
B	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга
B/03.7	Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации

Индекс	Содержание
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	Разрабатывает, внедряет и совершенствует интегрированную стистему маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации
08.035	МАРКЕТОЛОГ
B	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга
B/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.5	Выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий
У.6	Проводить анализ результативности коммуникационной политики
У.7	Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики
Зн.1	Инструменты маркетинговых коммуникаций
Зн.3	Состав процесса стратегического и оперативного планирования
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

Индекс	Содержание
ПК-3	Способен осуществлять стратегическое планирование коммерческой деятельности и маркетинговых кампаний в онлайн-среде
ИПК-3.1	Проводит переговоры с потенциальными заказчиками по формированию и реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
K	Стратегическое планирование интернет-кампаний
K/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.2	Разрабатывать стратегию продвижения в соответствии с требованиями и ожиданиями заказчика
У.3	Разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию
У.4	Проводить переговоры
Зн.12	Основы баннерной рекламы
Зн.2	Основы маркетинга
Зн.3	Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)
Зн.6	Методы проведения деловых переговоров
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	Разрабатывает и анализирует систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в интернет-среде
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
K	Стратегическое планирование интернет-кампаний
K/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.1	Взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика по вопросам реализации проекта
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

Индекс	Содержание
Зн.1	Основы менеджмента
Зн.2	Управление проектами
Зн.5	Основы маркетинга
Зн.6	Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб -аналитика)
Зн.8	Система инструментов интернет-маркетинга
ИПК-3.3	Разрабатывает комплексную маркетинговую стратегию продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде
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.2	Анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ТД.3	Корректировка деятельности сотрудников
У.1	Взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика
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.2	Методы управления проектами
Зн.3	Функционирование поисковых машин
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 проекта продвижения продукта, компании, сайта в интернет-среде
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"
Зн.2	Управление проектами
Зн.3	Функционирование поисковых машин
Зн.5	Основы маркетинга

Индекс	Содержание
ИПК-3.5	Формирует систему контроля стратегии проекта по продвижению продукта, компании, сайта в интернет-среде
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
K	Стратегическое планирование интернет-кампаний
K/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.2	Управление проектами
Зн.3	Управление персоналом
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	Формирует отчетность о реализации стратегии проекта продвижения продукта, компании, сайта в интернет-сети
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"
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
У.1	Проводить презентации
У.2	Взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика
У.3	Проводить переговоры
Зн.1	Методы проведения деловых переговоров
Зн.2	Основы и правила проведения эффективных презентаций
Зн.3	Современные правила и стандарты составления технической документации
Зн.4	Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов
Зн.5	Методы обработки текстовой и графической информации
ПК-4	Способен осуществлять организационно-управленческие функции по управлению и стимулированию торгового и маркетингового персонала в процессе реализации стратегии интернет-маркетинга
ИПК-4.1	Разрабатывает систему мотивации торгового и маркетингового персонала в цифровой среде
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
L	Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга
L/01.7	Разработка системы мотивации специалистов по интернет-маркетингу

Индекс	Содержание
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
У.2	Разрабатывать стратегию развития организации (подразделения)
Зн.1	Основы менеджмента
Зн.2	Управление персоналом
Зн.3	Основы налогообложения
Зн.4	Основы права
ИПК-4.2	Формирует требования к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
L	Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга
L/01.7	Разработка системы мотивации специалистов по интернет-маркетингу
У.3	Мотивировать персонал
У.4	Проводить переговоры
L/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.2	Разрабатывать стратегию развития организации (подразделения)
У.3	Распределять профессиональные задачи по сотрудникам
У.4	Проводить переговоры
Зн.1	Основы менеджмента
Зн.2	Управление персоналом
Зн.3	Основы налогообложения
Зн.4	Основы права
ИПК-4.3	Применяет инструменты управления и контроля персонала в интернет-торговле
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
У.4	Проводить переговоры
Зн.1	Основы менеджмента
Зн.2	Управление персоналом
Зн.3	Основы налогообложения

Индекс	Содержание
Зн.4	Основы права
Тип задач проф. деятельности:	научно-исследовательский
ПК-1	Способен осуществлять самостоятельные научные исследования по перспективным направлениям развития торгово-коммерческой деятельности
ИПК-1.1	Выявляет перспективные направления исследований, обосновывает актуальность темы исследования и составляет программу исследовательского проекта
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
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/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-1.3	Представляет результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ
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

КУРС 1 Учебный план магистратуры '38.04.06_Торговое дело_Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде_22.plx', код направления 38.04.06, магистерская программа: ТМСЦС, год начала подготовки 2022

№	Индекс	Наименование	Семестр 1											Семестр 2										Итого за курс										Каф.	Семестр
			Контроль	Академических часов									з.е.	Недель	Контроль	Академических часов									з.е.	Недель	Контроль	Академических часов									з.е.	Недель		
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	КРП	ИКР	СР	Контроль				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	КРП	ИКР	СР	Контроль				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	КРП	ИКР	СР	Контроль	Всего			
ИТОГО (с факультативами)				**1080**									**30**	20 4/6		**1116**									**31**	19		**2196**									**61**	39 4/6		
ИТОГО по ОП (без факультативов)				**1080**									**30**			**1080**									**30**			**2160**									**60**			
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)		ОП, факультативы (в период ТО)		**51**												**58.6**												**54.8**												
		ОП, факультативы (в период экз. сес.)		**53.4**												**53.4**												**53.4**												
		Аудиторная нагрузка		**15.5**												**18.2**												**16.9**												
		Контактная работа		**15.6**												**18.4**												**17**												
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				**648**	**182**	**42**	**18**	**120**		**1.6**	**413**	**53.4**	**18**	ТО: 11 2/3 Э: 1		**756**	**220**	**48**	**18**	**138**	**14**	**1.8**	**483**	**53.4**	**21**	ТО: 12 Э: 1		**1404**	**401**	**90**	**36**	**258**	**14**	**3.4**	**896**	**106.8**	**39**	ТО: 23 2/3 Э: 2		
1	Б1.О.01	Стратегический анализ и управление торгово-коммерческой деятельностью	Эк	**108**	30.3	6		24		0.3	51	26.7	3														Эк	**108**	30.3	6		24		0.3	51	26.7	3		45	1
2	Б1.О.02	Современные информационные технологии в профессиональной деятельности	За	**108**	24.2	6	18			0.2	83.8		3														За	**108**	24.2	6	18			0.2	83.8		3		45	1
3	Б1.О.03	Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере	За	**72**	24.2	6		18		0.2	47.8		2														За	**72**	24.2	6		18		0.2	47.8		2		48	1
4	Б1.О.04	Финансово-экономическое обоснование управленческих решений													Эк КР	**144**	44.3	6		24	14	0.3	73	26.7	4		Эк КР	**144**	44.3	6		24	14	0.3	73	26.7	4		45	2
5	Б1.О.05	Фундаментальные и прикладные исследования в торгово-коммерческой деятельности													За	**108**	24.2	6		18		0.2	83.8		3		За	**108**	24.2	6		18		0.2	83.8		3		45	2
6	Б1.О.06	Технологии личностного роста													За	**72**	24.2	6		18		0.2	47.8		2		За	**72**	24.2	6		18		0.2	47.8		2		65	2
7	Б1.В.01	Интегрированные системы маркетинговых коммуникаций	Эк	**108**	30.3	6		24		0.3	51	26.7	3														Эк	**108**	30.3	6		24		0.3	51	26.7	3		45	1
8	Б1.В.02	Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности	За	**72**	24.2	6		18		0.2	47.8		2														За	**72**	24.2	6		18		0.2	47.8		2		45	1
9	Б1.В.03	Методологический семинар по НИР	За	**72**	24.2	6		18		0.2	47.8		2														За	**72**	24.2	6		18		0.2	47.8		2		45	1
10	Б1.В.04	Омниканальные системы розничной торговли	За	**108**	24.2	6		18		0.2	83.8		3														За	**108**	24.2	6		18		0.2	83.8		3		45	1
11	Б1.В.05	Стратегический маркетинг в торговле													Эк	**108**	30.3	6		24		0.3	51	26.7	3		Эк	**108**	30.3	6		24		0.3	51	26.7	3		45	2
12	Б1.В.06	Брендинг в онлайн-торговле													За	**72**	24.2	6		18		0.2	47.8		2		За	**72**	24.2	6		18		0.2	47.8		2		45	2
13	Б1.В.07	Информационное обеспечение маркетинговых решений													За	**72**	24.2	6	18			0.2	47.8		2		За	**72**	24.2	6	18			0.2	47.8		2		45	2
14	Б1.В.08	Рыночные исследования и веб-аналитика													За	**108**	24.2	6		18		0.2	83.8		3		За	**108**	24.2	6		18		0.2	83.8		3		45	2
15	Б1.В.09	Управление рыночными инновациями и изменениями													За	**72**	24.2	6		18		0.2	47.8		2		За	**72**	24.2	6		18		0.2	47.8		2		45	2
16	ФТД.01	Практикум по технологиям продаж													За	**36**	6.2			6		0.2	29.8		1		За	**36**	6.2			6		0.2	29.8		1		45	2
ФОРМЫ КОНТРОЛЯ			Эк(2) За(5)												Эк(2) За(7) КР												Эк(4) За(12) КР												
ПРАКТИКИ		(План)		432	4					4	428		12	8		324	4					4	320		9	6		756	8					8	748		21	14		
	Б2.В.01.01(У)	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)	За	432	4					4	428		12	8													За	432	4					4	428		12	8		
	Б2.О.01.01(П)	Торгово-технологическая практика (часть 1)													За	324	4					4	320		9	6	За	324	4					4	320		9	6		
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИ		(План)																																					
КАНИКУЛЫ														1											9												10		

КУРС 2 Учебный план магистратуры '38.04.06_Торговое дело_Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде_22.plx', код направления 38.04.06, магистерская программа: ТМСЦС, год начала подготовки 2022

№	Индекс	Наименование	Семестр 3											Семестр 4											Итого за курс											Каф.	Семестр
			Контроль	Академических часов									з.е.	Недель	Контроль	Академических часов									з.е.	Недель	Контроль	Академических часов									з.е.	Недель		
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	КРП	ИКР	СР	Контроль				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	КРП	ИКР	СР	Контроль				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	КРП	ИКР	СР	Контроль	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**												**56.4**												**55.3**												
		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**	**36**	**18**	**102**		**1.4**	**473**	**53.4**	**19**	ТО: 11 2/3 Э: 1		**504**	**137**	**56**		**80**		**1.2**	**313**	**53.4**	**14**	ТО: 8 Э: 1		**1188**	**295**	**92**	**18**	**182**		**2.6**	**787**	**106.8**	**33**	ТО: 19 2/3 Э: 2		
1	Б1.В.10	Реклама и продвижение в интернет	Эк	**144**	30.3	6		24		0.3	87	26.7	4														Эк	**144**	30.3	6		24		0.3	87	26.7	4		45	3
2	Б1.В.11	Управление интернет-проектами	Эк	**108**	30.3	6		24		0.3	51	26.7	3														Эк	**108**	30.3	6		24		0.3	51	26.7	3		45	3
3	Б1.В.12	Поисковая оптимизация	За	**108**	24.2	6		18		0.2	83.8		3														За	**108**	24.2	6		18		0.2	83.8		3		45	3
4	Б1.В.13	Политика ценообразования коммерческого предприятия	За	**108**	24.2	6		18		0.2	83.8		3														За	**108**	24.2	6		18		0.2	83.8		3		45	3
5	Б1.В.14	Разработка и дизайн веб-сайтов	За	**108**	24.2	6	18			0.2	83.8		3														За	**108**	24.2	6	18			0.2	83.8		3		45	3
6	Б1.В.15	Распределительные и логистические системы в онлайн-торговле	За	**108**	24.2	6		18		0.2	83.8		3														За	**108**	24.2	6		18		0.2	83.8		3		45	3
7	Б1.В.16	Продуктовая и ассортиментная политика													Эк	**108**	32.3	16		16		0.3	49	26.7	3		Эк	**108**	32.3	16		16		0.3	49	26.7	3		45	4
8	Б1.В.17	Системы управления и стимулирования торгового персонала													Эк	**144**	32.3	16		16		0.3	85	26.7	4		Эк	**144**	32.3	16		16		0.3	85	26.7	4		45	4
9	Б1.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		45	4
10	Б1.В.ДЭ.01.01	Маркетинг в социальных сетях													За	**72**	24.2	8		16		0.2	47.8		2		За	**72**	24.2	8		16		0.2	47.8		2		45	4
11	*Б1.В.ДЭ.01.02*	*Мобильный маркетинг*													За	**72**	24.2	8		16		0.2	47.8		2		За	**72**	24.2	8		16		0.2	47.8		2		45	4
12	Б1.В.ДЭ.02.01	Деловые переговоры и партнерские отношения													За	**72**	24.2	8		16		0.2	47.8		2		За	**72**	24.2	8		16		0.2	47.8		2		45	4
13	*Б1.В.ДЭ.02.02*	*Партнерские отношения и программы в интернет*													За	**72**	24.2	8		16		0.2	47.8		2		За	**72**	24.2	8		16		0.2	47.8		2		45	4
14	ФТД.02	Практикум по креативному маркетингу	За	**36**	6.2			6		0.2	29.8		1														За	**36**	6.2			6		0.2	29.8		1		45	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		
	Б2.В.02.01(П)	Торгово-технологическая практика (часть 2)	За	432	4					4	428		12	8													За	432	4					4	428		12	8		
	Б2.В.02.02(П)	Научно-исследовательская работа													За	324	3					3	321		9	6	За	324	3					3	321		9	6		
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИ		(План)														216	25.5					25.5	190.5		6	4		216	25.5					25.5	190.5		6	4		
	Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы														144	25					25	119		4	2 2/3		144	25					25	119		4	2 2/3		
	Б3.01.02	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		

-	-	-	-	Общий объем в семестре		Объем практической подготовки (акад. час)							
Считать в плане	Индекс	Наименование	Семестр/ Курс	з.е.	Часов	Итого	Лек пр. подгот	Лаб пр. подгот	Пр пр. подгот	КРП пр. подгот	ИКР пр. подгот	СР пр. подгот	Контроль пр. подгот
Блок 1.Дисциплины (модули)													
+	Б1.О.01	Стратегический анализ и управление торгово-коммерческой деятельностью	1	3	108								
+	Б1.О.02	Современные информационные технологии в профессиональной деятельности	1	3	108								
+	Б1.О.03	Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере	1	2	72								
+	Б1.О.04	Финансово-экономическое обоснование управленческих решений	2	4	144								
+	Б1.О.05	Фундаментальные и прикладные исследования в торгово-коммерческой деятельности	2	3	108								
+	Б1.О.06	Технологии личностного роста	2	2	72								
+	Б1.В.01	Интегрированные системы маркетинговых коммуникаций	1	3	108								
+	Б1.В.02	Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности	1	2	72								
+	Б1.В.03	Методологический семинар по НИР	1	2	72								
+	Б1.В.04	Омниканальные системы розничной торговли	1	3	108								
+	Б1.В.05	Стратегический маркетинг в торговле	2	3	108								
+	Б1.В.06	Брендинг в онлайн-торговле	2	2	72								
+	Б1.В.07	Информационное обеспечение маркетинговых решений	2	2	72								
+	Б1.В.08	Рыночные исследования и веб-аналитика	2	3	108								
+	Б1.В.09	Управление рыночными инновациями и изменениями	2	2	72								
+	Б1.В.10	Реклама и продвижение в интернет	3	4	144								
+	Б1.В.11	Управление интернет-проектами	3	3	108								
+	Б1.В.12	Поисковая оптимизация	3	3	108								
+	Б1.В.13	Политика ценообразования коммерческого предприятия	3	3	108								
+	Б1.В.14	Разработка и дизайн веб-сайтов	3	3	108								
+	Б1.В.15	Распределительные и логистические системы в онлайн-торговле	3	3	108								
+	Б1.В.16	Продуктовая и ассортиментная политика	4	3	108								

-	-	-	-	Общий объем в семестре		Объем практической подготовки (акад. час)							
Считать в плане	Индекс	Наименование	Семестр/ Курс	з.е.	Часов	Итого	Лек пр. подгот	Лаб пр. подгот	Пр пр. подгот	КРП пр. подгот	ИКР пр. подгот	СР пр. подгот	Контроль пр. подгот
+	Б1.В.17	Системы управления и стимулирования торгового персонала	4	4	144								
+	Б1.В.18	Научно-исследовательский семинар	4	3	108								
+	Б1.В.ДЭ.01.01	Маркетинг в социальных сетях	4	2	72								
-	*Б1.В.ДЭ.01.02*	*Мобильный маркетинг*	*4*	*2*	*72*								
+	Б1.В.ДЭ.02.01	Деловые переговоры и партнерские отношения	4	2	72								
-	*Б1.В.ДЭ.02.02*	*Партнерские отношения и программы в интернет*	*4*	*2*	*72*								
Блок 2.Практика													
+	Б2.О.01.01(П)	Торгово-технологическая практика (часть 1)	2	9	324								
+	Б2.В.01.01(У)	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)	1	12	432								
+	Б2.В.02.01(П)	Торгово-технологическая практика (часть 2)	3	12	432								
+	Б2.В.02.02(П)	Научно-исследовательская работа	4	9	324								
Блок 3.Государственная итоговая аттестация													
+	Б3.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	4	4	144								
+	Б3.01.02	Защита выпускной квалификационной работы	4	2	72								
ФТД.Факультативные дисциплины													
+	ФТД.01	Практикум по технологиям продаж	2	1	36								
+	ФТД.02	Практикум по креативному маркетингу	3	1	36								

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 (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)	1	1			8						
			45	+	8						
Вид практики: Производственная практика											
Торгово-технологическая практика (часть 1)	1	2			6						
			45	+	6						
Торгово-технологическая практика (часть 2)	2	1			8						
			45	+	8						
Научно-исследовательская работа	2	2			6						
			45	+	6						
Итого по факту					28						
Итого по плану					28						

Вид	Курс	Сем	Каф.	Студ.	Замечания
Финансово-экономическое обоснование управленческих решений					
КР	1	2	45		

СВОДНЫЕ ДАННЫЕ Учебный план магистратуры '38.04.06 Торговое дело Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде 22.plx', код направления 38.04.06, магистерская

		Итого					Курс 1			Курс 2		
		Баз.%	Вар.%	ДЭ(от Вар.)%	з.е. Не менее	з.е. Факт	Всего	Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4
	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				

СПЕЦ. Учебный план магистратуры '38.04.06_Торговое дело_Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде_22.plx', код направления 38.04.06, магистерская программа: ТМСЦС, год начала п

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 искуственного 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

Номер	Аббревиатура	Название кафедры
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

Номер	Аббревиатура	Название кафедры
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

ДИАГРАММА КУРСОВ Учебный план магистратуры '38.04.06_Торговое дело_Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде_22.plx', код направления 38.04.06, магистерская программа: ТМСЦ

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 Стратегический анализ и управление торгово-коммерческой деятельностью [Эк] ИУК-1.1; ИУК-1.2; ИОПК-2.2; ИОПК-3.2;	3	Б1.О.04 Финансово-экономическое обоснование управленческих решений [Эк, КР] ИОПК-4.1	4	Б1.В.10 Реклама и продвижение в интернет [Эк] ИПК-2.4; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.5	4	Б1.В.16 Продуктовая и ассортиментная политика [Эк] ИПК-2.1	3
2								
3								
4	Б1.О.02 Современные информационные технологии в профессиональной деятельности [За] ИОПК-2.1; ИОПК-5.1;	3					Б1.В.17 Системы управления и стимулирования торгового персонала [Эк] ИУК-3.1; ИУК-3.2; ИПК-3.5; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3	4
5			Б1.О.05 Фундаментальные и прикладные исследования в торгово-коммерческой деятельности [За] ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-3.1	3	Б1.В.11 Управление интернет-проектами [Эк] ИУК-2.1; ИУК-2.2; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5; ИПК-3.6	3		
6								
7	Б1.О.03 Теория и практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере [За] ИУК-4.1; ИУК-5.1; ИУК-5.2	2						
8			Б1.О.06 Технологии личностного роста [За] ИУК-6.1; ИУК-6.2	2	Б1.В.12 Поисковая оптимизация [За] ИПК-3.1; ИПК-3.3; ИПК-3.4	3	Б1.В.18 Научно-исследовательский семинар [За] ИПК-1.2; ИПК-1.3	3
9	Б1.В.01 Интегрированные системы маркетинговых коммуникаций [Эк] ИПК-2.1; ИПК-2.4	3						
10								
11			Б1.В.05 Стратегический маркетинг в торговле [Эк] ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5	3			Б1.В.ДЭ.01.01 Элективные дисциплины (модули) 1 (ДЭ.1): Маркетинг в социальных сетях [За] (/ Мобильный маркетинг)	2
12	Б1.В.02 Гражданское и налоговое право в коммерческой деятельности [За] ИПК-2.1; ИПК-2.2;	2			Б1.В.13 Политика ценообразования коммерческого предприятия [За] ИПК-2.2	3	ИПК-3.1; ИПК-3.3	
							Б1.В.ДЭ.02.01 Элективные дисциплины	

ДИАГРАММА КУРСОВ Учебный план магистратуры '38.04.06_Торговое дело_Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде_22.plx', код направления 38.04.06, магистерская программа: ТМСЦ

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.
13	ИПК-2.3; ИПК-2.4; ИПК-3.1; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3		Б1.В.06 Брендинг в онлайн-торговле [За] ИПК-2.1	2			(модули) 2 (ДЭ.2): Деловые переговоры и партнерские отношения [За] (/ Партнерские отношения и программы в интернет) ИПК-3.1; ИПК-3.6	2
14	Б1.В.03 Методологический семинар по НИР [За] ИПК-1.1; ИПК-1.2	2			Б1.В.14 Разработка и дизайн веб-сайтов [За] ИПК-3.3	3		
15			Б1.В.07 Информационное обеспечение маркетинговых решений [За] ИПК-2.1; ИПК-3.6	2				
16	Б1.В.04 Омниканальные системы розничной торговли [За] ИПК-2.3	3					Б2.В.02 Производственная практика, в т.ч.: [За] ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-2.3; ИПК-2.4; 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	9
17			Б1.В.08 Рыночные исследования и веб-аналитика [За] ИПК-2.1; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.5	3	Б1.В.15 Распределительные и логистические системы в онлайн-торговле [За] ИПК-2.2; ИПК-2.3	3		
18								
19								
20			Б1.В.09 Управление рыночными инновациями и изменениями [За] ИПК-2.1	2				
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.: [За] ИПК-1.1; ИПК-1.2	12	Б2.О.01 Производственная практика, в т.ч.: [За] ИОПК-1.1;		Б2.В.02 Производственная практика, в т.ч.: [За] ИПК-1.2; ИПК-1.3;			

ДИАГРАММА КУРСОВ Учебный план магистратуры '38.04.06_Торговое дело_Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде_22.plx', код направления 38.04.06, магистерская программа: ТМСЦ

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.
26			ИОПК-1.2; ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; ИОПК-4.1; ИОПК-4.2; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2	9	ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-2.3; ИПК-2.4; 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	12	ИУК-6.2; ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; 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-2.3; ИПК-2.4; 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	6
27								
28								
29								
30								
31			ФТД.01 Практикум по технологиям продаж [За] ИПК-2.3; ИПК-2.4	1				
32					ФТД.02 Практикум по креативному маркетингу [За] ИПК-2.1; ИПК-2.4	1		

Примечание Учебный план магистратуры '38.04.06_Торговое дело_Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде_22.plx', код направления 38.04.06, магистерская программа: ТМСЦС, год начала подготовки 2022