

## Матрица компетенций по направлению подготовки 38.04.02 – Менеджмент, направленность Маркетинг

Дисциплина	Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты
<b>Управленческая экономика</b>	<b>ОК-1</b>	Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знать: методы абстрактного мышления при установлении истины, методы научного исследования путём мысленного расчленения объекта (анализ) и путём изучения предмета в его целостности, единстве его частей (синтез) Уметь: с использованием методов абстрактного мышления, анализа и синтеза анализировать альтернативные варианты решения исследовательских задач и оценивать экономическую эффективность реализации этих вариантов Владеть: целостной системой навыков использования абстрактного мышления при решении проблем, возникающих при выполнении исследовательских работ, навыками отстаивания своей точки зрения
	<b>ПК-1</b>	Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знать: современные стили и модели управления сотрудниками; инновационные подходы управления организациями Уметь: применять современные методы руководства на различных иерархических уровнях управления; Владеть: навыками управленческой деятельности в различных сферах экономики на международном рынке посредством производных инструментов.
	<b>ПК-3</b>	Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	Знать: современные методы управления корпоративными финансами. Уметь: использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач организации. Владеть: современными методами управления корпоративными финансами для решения стратегических задач организации.
	<b>ПК-5</b>	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знать: основные результаты новейших исследований по проблемам менеджмента; современные теории и концепции поведения на различных уровнях организации; модели поведения экономических агентов и рынков; Уметь: управлять развитием организации; осуществлять анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений; разрабатывать стратегии развития организации; Владеть: методикой построения организационно-управленческих моделей; навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений; инструментальными средствами анализа (моделирования) проекта и решения типовых задач анализа и оптимизации.
<b>Методы исследований в менеджменте</b>	<b>ОК-1</b>	Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знать: методы научных исследований; Уметь: выявлять проблемы прикладного характера при анализе абстрактных и конкретных управленческих ситуаций; Владеть: методологией исследований в менеджменте.
	<b>ОПК-3</b>	Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость и практическую значимость	Знать: основные методы исследований в области менеджмента Уметь: проводить самостоятельные исследования в области менеджмента, обосновывать актуальность и практическую значимость научного исследования Владеть: способностью проводить самостоятельные исследования в области менеджмента

		чимость избранной темы научного исследования	
	<b>ПК-6</b>	Способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	Знать: основные методы обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями Уметь: обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями Владеть: способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями
	<b>ПК-7</b>	Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Знать: основные методы представления результатов проведенного исследования Уметь: представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада Владеть: способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада
	<b>ПК-8</b>	Способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знать: факторы, влияющие на успешность маркетинговых кампаний; экономико-математические методы оптимизации и прогнозирования экономических процессов на предприятии и в отрасли, математико-статистические теории Уметь: ставить исследовательские задачи, строить оптимизационные модели, прогнозировать экономические процессы и на этой основе строить маркетинговые стратегии, осуществлять количественный и качественный анализ маркетинговых процессов на предприятии и в отрасли Владеть: способностью обосновывать актуальность научной темы, умением разрабатывать проекты нормативных документов, управленческих решений, методами маркетинговой оценки эффективности выполнения стратегий
	<b>ПК-9</b>	Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	Знать: правила и принципы проведения самостоятельных исследований Уметь: разрабатывать программу проведения самостоятельных исследований Владеть: способностью проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой
<b>Корпоративные финансы</b>	<b>ОК-2</b>	Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Знать: критерии определения актуальности и практической значимости проблемы Уметь: действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения Владеть: способностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения
	<b>ПК-3</b>	Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	Знать: специфические особенности управления финансами в корпорациях и организациях различных организационно-правовых форм; Уметь: использовать методы финансового планирования и прогнозирования, в том числе бюджетирования корпоративных финансов организаций; Владеть: оценкой предпринимательских, инвестиционных и финансовых рисков; построением долгосрочной и краткосрочной финансовой политики организации, выбором наиболее эффективного варианта решения в профессиональной деятельности в сфере управления корпоративными финансами
	<b>ПК-5</b>	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономи-	Знать: информационное обеспечение корпоративными финансами; системы платежей и расчетов, практику их применения; практику организации и регулирования денежных потоков организации с эффективным использованием в этих целях различных финансовых инструментов;

		ческих агентов и рынков в глобальной среде	Уметь: формировать требования к информационному обеспечению корпоративными финансами и анализировать информационные и статистические материалы по оценке финансового состояния организации, используя современные методы и показатели такой оценки; Владеть: навыками разработки бюджетов краткосрочного и долгосрочного характера; оценкой предпринимательских, инвестиционных и финансовых рисков и др. факторов, влияющих на эффективность финансового управления в сфере корпоративных финансов.
<b>Теория организации и организационное поведение</b>	<b>ОПК-1</b>	Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	Знать: принципы межличностных, групповых и организационных коммуникаций Уметь: использовать на практике методы межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности Владеть: навыками межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности
	<b>ОПК-2</b>	Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знать: основные методы руководства коллективом в сфере маркетинга Уметь: руководить коллективом в сфере маркетинга Владеть: основными методами руководства коллективом в сфере маркетинга
	<b>ОПК-3</b>	Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знать: критерии определения актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования Уметь: проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования Владеть: способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования
	<b>ПК-1</b>	Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знать: теоретические основы управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями Уметь: управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями Владеть: способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
<b>Современный стратегический анализ</b>	<b>ОК-3</b>	Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знать: критерии определения актуальности и практической значимости использования творческого потенциала Уметь: действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения Владеть: способностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала
	<b>ПК-2</b>	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Знать: теоретические основы корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений Уметь: разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию Владеть: способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию

	<b>ПК-4</b>	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знать: количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга Уметь: использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга, готовить аналитические материалы по результатам их применения для различных отраслей Владеть: современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности
	<b>ПК-5</b>	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знать: методы стратегического маркетингового анализа; теории и методы экономических и социально-экономических исследований, литературу, посвященную исследованиям, итоги проводимых исследований в России и за рубежом Уметь: проводить эмпирические исследования, на их основе разрабатывать экономические концепции и стратегии, использовать методы экономических и социально-экономических исследований, собирать и обрабатывать информацию Владеть: методами маркетинговой коммуникации, умением разрабатывать программы эмпирических и теоретических исследований, методами измерения и построения индексов, методами статистики информационными технологиями, умениями сбора, обработки и анализа информации, методами разработки стратегий предприятий, связанными с обработкой и анализом информации
<b>Профессиональный иностранный язык</b>	<b>ОПК-1</b>	Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач профессиональной деятельности	Знать: деловую лексику и грамматику иностранного языка в объеме, необходимом для выполнения функции менеджера в межкультурной среде. Уметь: переводить тексты по специальности с иностранного на русский язык. Владеть: навыками извлечения информации из текстов по проблемам менеджмента.
<b>Логика и методология научного исследования</b>	<b>ОК-1</b>	Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знать: - особенности логики, методологии и методики научных исследований; - принципы, уровни методологии научных исследований; - основные подходы к классификации научных методов. Уметь: - применять понятийно-категориальный аппарат науки в профессиональной деятельности; - выявлять проблему исследования; - определять цель и задачи, объект и предмет, соответствующие теме исследования; - формулировать идею, замысел, гипотезу исследования; - выбирать соответствующие целям и задачам методы исследования; - осуществлять анализ полученных в ходе исследования данных. Владеть: - основами современной методологии научного познания; - методами реферирования и анализа научных текстов; - навыками исследовательской работы в соответствующей теме исследования области знания; - навыками поиска, отбора и обработки информации; - навыками описания, объяснения и систематизации данных; - навыками научной дискуссии в рамках публичного обсуждения результатов научного исследования.

	<b>ОК-3</b>	Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности логики, методологии и методики научных исследований;</li> <li>- принципы организации научных исследований и особенности деятельности научного сообщества.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять понятийно-категориальный аппарат науки в профессиональной деятельности;</li> <li>- выявлять проблему исследования;</li> <li>- определять цель и задачи, объект и предмет, соответствующие теме исследования;</li> <li>- формулировать идею, замысел, гипотезу исследования;</li> <li>- разрабатывать теоретическую модель изучаемого объекта.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основами современной методологии научного познания;</li> <li>- навыками исследовательской работы в соответствующей теме исследования области знания</li> </ul>
	<b>ПК-4</b>	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы обобщения и исследования актуальных проблем управления;</li> <li>- основные подходы к классификации научных методов.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- развивать свой интеллектуальный уровень;</li> <li>- выявлять проблему исследования;</li> <li>- определять цель и задачи, объект и предмет, соответствующие теме исследования;</li> <li>- формулировать идею, замысел, гипотезу исследования;</li> <li>- разрабатывать теоретическую модель изучаемого объекта.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью к логическому мышлению;</li> <li>- навыками исследовательской работы в соответствующей теме исследования области знания.</li> </ul>
	<b>ПК-6</b>	Способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы обобщения и исследования актуальных проблем управления;</li> <li>- основные подходы к классификации научных методов.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять перспективные направления научного развития;</li> <li>- выявлять проблему исследования;</li> <li>- определять цель и задачи, объект и предмет, соответствующие теме исследования;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками исследования и обоснования проблем управления на основе отечественного и зарубежного опыта</li> <li>- навыками исследовательской работы в соответствующей теме исследования области знания</li> </ul>
	<b>ПК-7</b>	Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы организации научных исследований в сфере профессиональной деятельности;</li> <li>- правила подготовки и оформления научного текста, требования к его структуре, содержанию и оформлению.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять реферативные и библиографические материалы, отчеты, статьи, доклады по тематике научных исследований в социальной и политической сферах;</li> <li>- осуществлять анализ полученных в ходе исследования данных.</li> </ul>

			<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами реферирования и анализа научных текстов и написания отчетов, статей, докладов;</li> <li>- навыками поиска, отбора и обработки информации;</li> <li>- навыками описания, объяснения и систематизации данных</li> </ul>
	<b>ПК-8</b>	Способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы организации научных исследований и особенности деятельности научного сообщества;</li> <li>- правила подготовки и оформления научного текста, требования к его структуре, содержанию и оформлению.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- работать с источниками информации и распределять ресурсы по этапам исследовательской работы;</li> <li>- осуществлять анализ полученных в ходе исследования данных;</li> <li>- применять понятийно-категориальный аппарат науки в профессиональной деятельности;</li> <li>- выявлять проблему исследования;</li> <li>- определять цель и задачи, объект и предмет, соответствующие теме исследования;</li> <li>- формулировать идею, замысел, гипотезу исследования;</li> <li>- разрабатывать теоретическую модель изучаемого объекта.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами редактирования и анализа научных текстов, навыками подготовки публикаций, обзоров и аннотаций в сфере профессиональной деятельности;</li> <li>- навыками поиска, отбора и обработки информации;</li> <li>- навыками описания, объяснения и систематизации данных.</li> </ul>
<b>Теория менеджмента</b>	<b>ОК-2</b>	Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	<p>Знать: критерии определения актуальности и практической значимости проблемы</p> <p>Уметь: действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения</p> <p>Владеть: способностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения</p>
	<b>ОК-3</b>	Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<p>Знать: критерии определения актуальности и практической значимости использования творческого потенциала</p> <p>Уметь: действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения</p> <p>Владеть: способностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала</p>
	<b>ПК-2</b>	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	<p>Знать: теоретические основы корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений</p> <p>Уметь: разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p> <p>Владеть: способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p>
	<b>ПК-3</b>	Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для	<p>Знать: современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач</p> <p>Уметь: использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач</p>

		решения стратегических задач	Владеть: использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач
<b>Маркетинг в отраслях и сферах деятельности</b>	<b>ПК-2</b>	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Знать: методы и принципы разработки корпоративных стратегий маркетинга, программ организационного развития и изменений в различных отраслях и сферах деятельности Уметь: разрабатывать корпоративную стратегию маркетинга, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию для реалий различных отраслей Владеть: современными технологиями маркетингового управления
	<b>ПК-4</b>	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знать: количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга Уметь: использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга, готовить аналитические материалы по результатам их применения для различных отраслей Владеть: современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности
	<b>ПК-5</b>	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знать: основные методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков Уметь: использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде Владеть: методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
<b>Технологии маркетинговой деятельности</b>	<b>ОК-3</b>	Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знать: методы и приемы саморазвития и самоорганизации в получении и систематизации знаний Уметь: развивать свой общекультурный и профессиональный уровень самостоятельно, самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения, использовать свой творческий потенциал. Владеть: навыками работы с литературой и другими информационными источниками.
	<b>ПК-2</b>	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Знать: методы и принципы разработки корпоративных стратегий маркетинга, программ организационного развития и изменений в различных отраслях и сферах деятельности Уметь: разрабатывать корпоративную стратегию маркетинга, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию для реалий различных отраслей Владеть: современными технологиями маркетингового управления
	<b>ПК-4</b>	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знать: количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга Уметь: использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга, готовить аналитические материалы по результатам их применения для различных отраслей Владеть: современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности
	<b>ПК-6</b>	Способность обобщать и	Знать: основные методы обобщения и критической оценки результатов исследований актуаль-

		критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	ных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями Уметь: обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями Владеть: способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями
<b>Анализ поведения потребителей</b>	<b>ПК-4</b>	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знать: количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области поведения потребителей Уметь: использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области поведения потребителей, готовить аналитические материалы по результатам их применения Владеть: современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области поведения потребителей
	<b>ПК-5</b>	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знать: основные методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков Уметь: использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде Владеть: методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
<b>Маркетинговые исследования</b>	<b>ОПК-3</b>	Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знать: основные методы исследований в области маркетинга Уметь: проводить самостоятельные исследования в области маркетинга, обосновывать актуальность и практическую значимость научного исследования Владеть: способностью проводить самостоятельные исследования в области маркетинга, обосновывать актуальность и практическую значимость научного исследования
	<b>ПК-4</b>	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знать: количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга Уметь: использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга, готовить аналитические материалы по результатам их применения для различных отраслей Владеть: современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности
	<b>ПК-6</b>	Способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	Знать: основные методы обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями Уметь: обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями Владеть: способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями



	<b>ПК-9</b>	Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	Знать: правила и принципы проведения самостоятельных исследований в области маркетинга Уметь: разрабатывать программу проведения самостоятельных исследований в области маркетинга Владеть: способностью проведения самостоятельных исследований в области маркетинга в соответствии с разработанной программой
<b>Управление маркетингом</b>	<b>ОПК-2</b>	Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знать: основные методы руководства коллективом в сфере маркетинга Уметь: руководить коллективом в сфере маркетинга Владеть: основными методами руководства коллективом в сфере маркетинга
	<b>ПК-1</b>	Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знать: современные стили и модели управления организациями, группами сотрудников, проектами и сетями; инновационные подходы управления организациями в сфере маркетинга Уметь: применять современные методы руководства на различных иерархических уровнях управления Владеть: навыками управленческой деятельности организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями в сфере маркетинга
	<b>ПК-2</b>	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Знать: методы и принципы разработки корпоративных стратегий маркетинга, программ организационного развития и изменений в различных отраслях и сферах деятельности Уметь: разрабатывать корпоративную стратегию маркетинга, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию для реалий различных отраслей Владеть: современными технологиями маркетингового управления
	<b>ПК-3</b>	Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	Знать: современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга Уметь: использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга Владеть: методами управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга
	<b>ПК-4</b>	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знать: количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга Уметь: использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга, готовить аналитические материалы по результатам их применения для различных отраслей Владеть: современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности
<b>Связи с общественной деятельностью в предпринимательской деятельности</b>	<b>ОК-3</b>	Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знать: методы и приемы саморазвития и самоорганизации в получении и систематизации знаний Уметь: развивать свой общекультурный и профессиональный уровень самостоятельно, самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения, использовать свой творческий потенциал. Владеть: навыками работы с литературой и другими информационными источниками.

	<b>ОПК-1</b>	Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	Знать: принципы межличностных, групповых и организационных коммуникаций Уметь: использовать на практике методы межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности Владеть: навыками межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности
	<b>ПК-1</b>	Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знать: стили и модели управления организациями, группами сотрудников, проектами и сетями Уметь: применять методы руководства на различных иерархических уровнях управления Владеть: навыками управленческой деятельности организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
<b>Управленческий анализ</b>	<b>ОК-1</b>	Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знать: - понятия, сущность и методы анализа и синтеза; - методы построения экономических моделей объектов, явлений и процессов; - методы теоретического и экспериментального исследования; Уметь: - выявлять проблемы экономического характера при анализе абстрактных и конкретных ситуаций; - оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления; - анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса; Владеть: - методологией экономических исследований. - методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических и эконометрических моделей; - количественными и качественными методами анализа при принятии финансовых управленческих решений.
	<b>ПК-4</b>	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знать: - экономические основы операционной деятельности организации; - связи операционных процессов организации с другими процессами, происходящими в организации; Уметь: - проводить анализ бизнес-процессов организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений; - проводить анализ рыночных и специфических рисков, использовать его результаты для принятия управленческих решений; - проводить анализ конкурентной среды отрасли; Владеть: - методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения; - навыками оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций; - методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения.
	<b>ПК-5</b>	Владение методами эконо-	Знать:

		<p>мического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методы экономического и стратегического анализа;</li> <li>- роль, значение и задачи экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;</li> <li>- основы построения, расчета и анализа системы показателей, характеризующих поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать и интерпретировать управленческую, финансовую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений;</li> <li>- использовать основные методы экономического анализа и стратегического анализа для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками оценки влияния инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) компании;</li> <li>- методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;</li> <li>- методами оценки инвестиционных проектов.</li> </ul>
<p><b>Экономический анализ</b></p>	<p><b>ОК-1</b></p>	<p>Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понятия, сущность и методы анализа и синтеза;</li> <li>- методы построения экономических моделей объектов, явлений и процессов;</li> <li>- методы теоретического и экспериментального исследования;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять проблемы экономического характера при анализе абстрактных и конкретных ситуаций;</li> <li>- оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления;</li> <li>- анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методологией экономических исследований.</li> <li>- методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических и эконометрических моделей;</li> <li>- количественными и качественными методами анализа при принятии финансовых управленческих решений.</li> </ul>
	<p><b>ПК-4</b></p>	<p>Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экономические основы операционной деятельности организации;</li> <li>- связи операционных процессов организации с другими процессами, происходящими в организации;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить анализ бизнес-процессов организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений;</li> <li>- проводить анализ рыночных и специфических рисков, использовать его результаты для принятия управленческих решений;</li> <li>- проводить анализ конкурентной среды отрасли;</li> </ul>

			<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения;</li> <li>- навыками оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций;</li> <li>- методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения.</li> </ul>
	<b>ПК-5</b>	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методы экономического и стратегического анализа;</li> <li>- роль, значение и задачи экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;</li> <li>- основы построения, расчета и анализа системы показателей, характеризующих поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать и интерпретировать управленческую, финансовую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений;</li> <li>- использовать основные методы экономического анализа и стратегического анализа для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками оценки влияния инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) компании;</li> <li>- методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;</li> <li>- методами оценки инвестиционных проектов.</li> </ul>
<b>Эвент-маркетинг</b>	<b>ОК-2</b>	Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	<p>Знать: основные правила, принципы поведения в нестандартных ситуациях, возникающих в профессиональной деятельности</p> <p>Уметь: действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения</p> <p>Владеть: навыками поведения в нестандартных ситуациях, возникающих в профессиональной деятельности нести социальную и этическую ответственность за принятые решения</p>
	<b>ОК-3</b>	Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<p>Знать: методы и приемы саморазвития и самоорганизации в получении и систематизации знаний</p> <p>Уметь: развивать свой общекультурный и профессиональный уровень самостоятельно, самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения, использовать свой творческий потенциал.</p> <p>Владеть: навыками работы с литературой и другими информационными источниками.</p>
	<b>ОПК-1</b>	Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	<p>Знать: принципы межличностных, групповых и организационных коммуникаций</p> <p>Уметь: использовать на практике методы межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: навыками межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности</p>

	<b>ПК-1</b>	Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знать: современные стили и модели управления организациями, группами сотрудников, проектами и сетями; инновационные подходы управления организациями Уметь: применять современные методы руководства на различных иерархических уровнях управления; Владеть: навыками управленческой деятельности в организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
<b>Деловая этика</b>	<b>ОК-2</b>	Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Знать: принципы эффективного общения, механизмы восприятия и понимания; Уметь: действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; Владеть: способностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.
	<b>ОПК-1</b>	Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	Знать: основы коммуникаций, межличностного и межкультурного взаимодействия; Уметь: аргументировано и логически верно строить устную и письменную речь в деловой коммуникации; Владеть: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности
	<b>ОПК-2</b>	Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знать: принципы эффективной коммуникации в трудовом коллективе; Уметь: руководить коллективом, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; Владеть: законами деловой коммуникации, мастерством создания позитивного социально-психологического климата в коллективе.
<b>Деловое общение</b>	<b>ОК-3</b>	Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знать: структуру общения; уровни и средства общения; виды делового общения; определение понятий «личность», «архетип», «взаимодействие»; организацию речи в соответствии с видом и ситуацией общения, правила речевого этикета. Уметь: использовать различные формы и виды устной и письменной коммуникации на родном и иностранных языках в учебной и профессиональной деятельности; правильно применять языковые средства в устной и письменной речи в процессе межличностной, деловой и профессиональной коммуникации; следить за точностью, логичностью и выразительностью речи; определять цель и понимать ситуацию общения. Владеть: нормами литературного языка; монологической и диалогической речью в различных коммуникативных ситуациях; правилами речевого этикета; нормами делового этикета; простейшими приемами саморегуляции
	<b>ОПК-1</b>	Готовность к коммуникации	Знать:

		<p>в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>предмет, задачи, основные положения предмета «Деловое общение», основные характеристики как науки и практики;  систему знаний по всем уровням языка: фонетическому (орфоэпия), грамматическому (морфология и синтаксис, орфография и пунктуация), лексическому (выбор слова, сочетаемость слов), стилистическому (функциональные стили, стилистическая окраска единиц, стилистическое единство текста);  организацию речи в соответствии с видом и ситуацией общения, правила речевого этикета; роль языка в обществе, нормы литературного языка, качества речи, средства создания выразительности речи.  Уметь:  использовать различные формы и виды устной и письменной коммуникации на родном и иностранных языках в учебной и профессиональной деятельности;  правильно применять языковые средства в устной и письменной речи в процессе межличностной, деловой и профессиональной коммуникации;  следить за точностью, логичностью и выразительностью речи;  направлять диалог в соответствии с целями профессиональной деятельности;  трансформировать вербальный и невербальный материал в соответствии с коммуникативной задачей.  Владеть:  нормами литературного языка;  навыками подготовки различных типов публичных выступлений и презентаций, используя современные информационно-коммуникационные технологии;  монологической и диалогической речью в различных коммуникативных ситуациях.</p>
<p><b>Деловая риторика</b></p>	<p><b>ОПК-1</b></p>	<p>Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>Знать:  предмет, задачи, основные положения и методики ораторского мастерства, основные характеристики риторики как науки и практики;  основы мастерства публичного выступления;  систему знаний по всем уровням языка: фонетическому (орфоэпия), грамматическому (морфология и синтаксис, орфография и пунктуация), лексическому (выбор слова, сочетаемость слов), стилистическому (функциональные стили, стилистическая окраска единиц, стилистическое единство текста);  организацию речи в соответствии с видом и ситуацией общения, правила речевого этикета; роль языка в обществе, нормы литературного языка, качества речи, средства создания выразительности речи;  функциональные, композиционные, грамматические и стилистические особенности публичных выступлений и презентаций.  Уметь:  использовать алгоритм подготовки эффективного публичного выступления и презентации, правильно применять языковые средства в устной и письменной речи в процессе межличностной, деловой и профессиональной коммуникации;  следить за точностью, логичностью и выразительностью речи;  определять цель и понимать ситуацию общения;  учитывать социальные и индивидуальные черты личности собеседника;  прогнозировать развитие диалога, реакции собеседника;</p>

			<p>создавать и поддерживать благоприятную психологическую атмосферу общения; направлять диалог в соответствии с целями профессиональной деятельности; трансформировать вербальный и невербальный материал в соответствии с коммуникативной задачей.</p> <p>Владеть:</p> <p>нормами литературного языка;</p> <p>навыками подготовки различных типов публичных выступлений и презентаций;</p> <p>монологической и диалогической речью в различных коммуникативных ситуациях;</p> <p>правилами речевого и делового этикета.</p>
<b>Теория и практика рекламы</b>	<b>ОК-3</b>	Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<p>Знать: методы и приемы саморазвития и самоорганизации в получении и систематизации знаний</p> <p>Уметь: развивать свой общекультурный и профессиональный уровень самостоятельно, самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения, использовать свой творческий потенциал.</p> <p>Владеть: навыками работы с литературой и другими информационными источниками.</p>
	<b>ОПК-1</b>	Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	<p>Знать: принципы межличностных, групповых и организационных коммуникаций</p> <p>Уметь: использовать на практике методы межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: навыками межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности</p>
	<b>ПК-4</b>	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	<p>Знать: количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области рекламы</p> <p>Уметь: использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области рекламы, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p> <p>Владеть: современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области рекламы</p>
	<b>ПК-5</b>	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	<p>Знать: основные методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков</p> <p>Уметь: использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p> <p>Владеть: методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>
<b>Управление проектами</b>	<b>ОК-2</b>	Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	<p>Знать: основы управления проектом</p> <p>Уметь: ориентироваться в системе процедур управления проектами</p> <p>Владеть: Навыками управления совместной группы проекта.</p>
	<b>ПК-2</b>	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационно-	<p>Знать: виды, формы и методы разработки системы управления проектом;</p> <p>Уметь: трансформировать и развивать на основе передового опыта организационно-технологические системы управления проектом на всех стадиях его жизненного цикла;</p>

		го развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Владеть: формированием команды управления проектом и управлением командой проекта в различных типах проектов.
	<b>ПК-4</b>	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знать: современные методы анализа для оценки внешней среды окружения проекта; Уметь: на основе методов стратегического анализа формировать миссию и концепцию проекта; на основе анализов, оценок и прогнозов формировать оптимальную политику достижения запланированных результатов проекта; анализировать, прогнозировать и формировать антикризисную направленность проектов. Владеть: анализом и формированием инновационной направленности проектов
<b>Интегрированные коммуникации</b>	<b>ОК-3</b>	Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знать: методы и приемы саморазвития и самоорганизации в получении и систематизации знаний Уметь: развивать свой общекультурный и профессиональный уровень самостоятельно, самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения, использовать свой творческий потенциал. Владеть: навыками работы с литературой и другими информационными источниками.
	<b>ОПК-1</b>	Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	Знать: принципы межличностных, групповых и организационных коммуникаций Уметь: использовать на практике методы межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности Владеть: навыками межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности
	<b>ПК-4</b>	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знать: количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга Уметь: использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга, готовить аналитические материалы по результатам их применения для различных отраслей Владеть: современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности
<b>Методы принятия управленческих решений</b>	<b>ПК-5</b>	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знать: особенности системного описания социально-экономических явлений; этапы построения управленческих решений; Уметь: осуществлять выбор инструментальных средств для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы; осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач; Владеть: современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне
<b>Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков</b>	<b>ОК-1</b>	Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знать: - понятия, сущность и методы анализа и синтеза; - методы построения экономических моделей объектов, явлений и процессов; Уметь: - выявлять проблемы экономического характера при анализе абстрактных и конкретных ситуаций;



			<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методологией экономических исследований.</li> <li>- количественными и качественными методами анализа при принятии управленческих решений.</li> </ul>
	<b>ОК-3</b>	Готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<p>Знать: методы и приемы саморазвития и самоорганизации в получении и систематизации знаний</p> <p>Уметь: развивать свой общекультурный и профессиональный уровень самостоятельно, самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения, использовать свой творческий потенциал.</p> <p>Владеть: навыками работы с литературой и другими информационными источниками.</p>
	<b>ОПК-1</b>	Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	<p>Знать: принципы межличностных, групповых и организационных коммуникаций</p> <p>Уметь: использовать на практике методы межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: навыками межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности</p>
	<b>ПК-4</b>	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	<p>Знать: количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга и PR</p> <p>Уметь: использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга и PR, готовить аналитические материалы по результатам их применения для различных отраслей</p> <p>Владеть: современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности</p>
	<b>ПК-5</b>	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	<p>Знать: основные методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков</p> <p>Уметь: использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p> <p>Владеть: методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>
	<b>ПК-7</b>	Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	<p>Знать: основные методы представления результатов проведенного исследования</p> <p>Уметь: представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада</p> <p>Владеть: способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада</p>
	<b>ПК-9</b>	Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	<p>Знать: правила и принципы проведения самостоятельных исследований в области маркетинга и PR</p> <p>Уметь: разрабатывать программу проведения самостоятельных исследований в области маркетинга и PR</p> <p>Владеть: способностью проведения самостоятельных исследований в области маркетинга и PR в соответствии с разработанной программой</p>
<b>Практика по полу-</b>	<b>ОК-1</b>	Способность к абстрактному	Знать: понятия, сущность и методы анализа и синтеза; методы построения экономических мо-

<b>чению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности</b>		мышлению, анализу, синтезу	делей объектов, явлений и процессов; Уметь: выявлять проблемы экономического характера при анализе абстрактных и конкретных ситуаций; Владеть: методологией экономических исследований; количественными и качественными методами анализа при принятии управленческих решений.
	<b>ОК-3</b>	Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знать: методы и приемы саморазвития и самоорганизации в получении и систематизации знаний Уметь: развивать свой общекультурный и профессиональный уровень самостоятельно, самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения, использовать свой творческий потенциал. Владеть: навыками работы с литературой и другими информационными источниками.
	<b>ОПК-1</b>	Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	Знать: принципы межличностных, групповых и организационных коммуникаций Уметь: использовать на практике методы межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности Владеть: навыками межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности
	<b>ПК-3</b>	Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	Знать: современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга. Уметь: использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга. Владеть: методами управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга.
	<b>ПК-4</b>	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знать: количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга Уметь: использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга, готовить аналитические материалы по результатам их применения для различных отраслей Владеть: современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности
	<b>ПК-5</b>	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знать: основные методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков Уметь: использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде Владеть: методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
	<b>ПК-7</b>	Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Знать: основные методы представления результатов проведенного исследования Уметь: представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада Владеть: способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада

	<b>ПК-9</b>	Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	Знать: правила и принципы проведения самостоятельных исследований в области маркетинга и PR Уметь: разрабатывать программу проведения самостоятельных исследований в области маркетинга и PR Владеть: способностью проведения самостоятельных исследований в области маркетинга в соответствии с разработанной программой
<b>Научно-исследовательская работа</b>	<b>ПК-6</b>	Способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	Знать: основные методы обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями Уметь: обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями Владеть: способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями
	<b>ПК-7</b>	Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Знать: основные методы представления результатов проведенного исследования Уметь: представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада Владеть: способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада
	<b>ПК-8</b>	Способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знать: теорию маркетинга, факторы, влияющие на успешность маркетинговых кампаний; экономико-математические методы оптимизации и прогнозирования экономических процессов на предприятии и в отрасли, математико-статистические теории Уметь: ставить исследовательские задачи, строить оптимизационные модели, прогнозировать экономические процессы и на этой основе строить маркетинговые стратегии, осуществлять количественный и качественный анализ маркетинговых процессов на предприятии и в отрасли Владеть: способностью обосновывать актуальность научной темы, умением разрабатывать проекты нормативных документов, управленческих решений, методами маркетинговой оценки эффективности выполнения стратегий
	<b>ПК-9</b>	Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	Знать: правила и принципы проведения самостоятельных исследований в области маркетинга Уметь: разрабатывать программу проведения самостоятельных исследований в области маркетинга Владеть: способностью проведения самостоятельных исследований в области маркетинга в соответствии с разработанной программой
<b>Технологическая практика</b>	<b>ПК-1</b>	Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знать: современные методы управления трудовыми коллективами, проектами и сетями. Уметь: использовать современные методы управления трудовыми коллективами, проектами и сетями для решения технологических задач в сфере маркетинга. Владеть: методами управления трудовыми коллективами, проектами и сетями.
	<b>ПК-2</b>	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Знать: методы современного стратегического анализа и технологии маркетинговой деятельности. Уметь: применять теоретические знания для разработки корпоративной стратегии. Владеть методами стратегического планирования.

	<b>ПК-3</b>	Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	Знать: современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга. Уметь: использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга. Владеть: методами управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга.
	<b>ПК-4</b>	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знать: количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга Уметь: использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга, готовить аналитические материалы по результатам их применения для различных отраслей Владеть: современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности
<b>Преддипломная практика</b>	<b>ОК-1</b>	Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знать: понятия, сущность и методы анализа и синтеза; методы построения экономических моделей объектов, явлений и процессов; Уметь: выявлять проблемы экономического характера при анализе абстрактных и конкретных ситуаций; Владеть: методологией экономических исследований; - количественными и качественными методами анализа при принятии управленческих решений.
	<b>ОК-3</b>	Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знать: методы и приемы саморазвития и самоорганизации в получении и систематизации знаний Уметь: развивать свой общекультурный и профессиональный уровень самостоятельно, самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения, использовать свой творческий потенциал. Владеть: навыками работы с литературой и другими информационными источниками.
	<b>ОПК-3</b>	Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знать: критерии определения актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования Уметь: проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования Владеть: способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования
	<b>ПК-1</b>	Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знать: современные методы управления трудовыми коллективами, проектами и сетями. Уметь: использовать современные методы управления трудовыми коллективами, проектами и сетями для решения технологических задач в сфере маркетинга. Владеть: методами управления трудовыми коллективами, проектами и сетями.
	<b>ПК-2</b>	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Знать: методы современного стратегического анализа и технологии маркетинговой деятельности. Уметь: применять теоретические знания для разработки корпоративной стратегии. Владеть: методами стратегического планирования
	<b>ПК-3</b>	Способность использовать	Знать: современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегиче-

		современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	ских задач в сфере маркетинга. Уметь: использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга. Владеть: методами управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга.
<b>ПК-4</b>		Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знать: количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга Уметь: использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга, готовить аналитические материалы по результатам их применения для различных отраслей Владеть: современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности
<b>ПК-5</b>		Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знать: основные методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков Уметь: использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде Владеть: методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
<b>ПК-6</b>		Способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	Знать: основные методы обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями Уметь: обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями Владеть: способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями
<b>ПК-7</b>		Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Знать: основные методы представления результатов проведенного исследования Уметь: представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада Владеть: способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада
<b>ПК-8</b>		Способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знать: теорию маркетинга, факторы, влияющие на успешность маркетинговых кампаний; экономико-математические методы оптимизации и прогнозирования экономических процессов на предприятии и в отрасли, математико-статистические теории Уметь: ставить исследовательские задачи, строить оптимизационные модели, прогнозировать экономические процессы и на этой основе строить маркетинговые стратегии, осуществлять количественный и качественный анализ маркетинговых процессов на предприятии и в отрасли Владеть: способностью обосновывать актуальность научной темы, умением разрабатывать проекты нормативных документов, управленческих решений, методами маркетинговой оценки эффективности выполнения стратегий
<b>ПК-9</b>		Способность проводить самостоятельные исследова-	Знать: правила и принципы проведения самостоятельных исследований в области маркетинга Уметь: разрабатывать программу проведения самостоятельных исследований в области марке-

		<p>ния в соответствии с разработанной программой</p>	<p>тинга          Владеть: способностью проведения самостоятельных исследований в области маркетинга в соответствии с разработанной программой</p>
<p><b>Итоговая (государственная итоговая) аттестация</b></p>	<p><b>ОК-1</b></p>	<p>Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методы абстрактного мышления при установлении истины, методы научного исследования путём мысленного расчленения объекта (анализ) и путём изучения предмета в его целостности, единстве его частей (синтез);</li> <li>- методы научных исследований;</li> <li>- особенности логики, методологии и методики научных исследований;</li> <li>- принципы, уровни методологии научных исследований;</li> <li>- основные подходы к классификации научных методов;</li> <li>- понятия, сущность и методы анализа и синтеза;</li> <li>- методы построения экономических моделей объектов, явлений и процессов;</li> <li>- методы теоретического и экспериментального исследования.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- с использованием методов абстрактного мышления, анализа и синтеза анализировать альтернативные варианты решения исследовательских задач и оценивать экономическую эффективность реализации этих вариантов;</li> <li>- выявлять проблемы прикладного характера при анализе абстрактных и конкретных управленческих ситуаций;</li> <li>- применять понятийно-категориальный аппарат науки в профессиональной деятельности;</li> <li>- выявлять проблему исследования;</li> <li>- определять цель и задачи, объект и предмет, соответствующие теме исследования;</li> <li>- формулировать идею, замысел, гипотезу исследования;</li> <li>- выбирать соответствующие целям и задачам методы исследования;</li> <li>- осуществлять анализ полученных в ходе исследования данных;</li> <li>- выявлять проблемы экономического характера при анализе абстрактных и конкретных ситуаций;</li> <li>- оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления;</li> <li>- анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- целостной системой навыков использования абстрактного мышления при решении проблем, возникающих при выполнении исследовательских работ, навыками отстаивания своей точки зрения;</li> <li>- методологией исследований в менеджменте;</li> <li>- основами современной методологии научного познания;</li> <li>- методами реферирования и анализа научных текстов;</li> <li>- навыками исследовательской работы в соответствующей теме исследования области знания;</li> <li>- навыками поиска, отбора и обработки информации;</li> <li>- навыками описания, объяснения и систематизации данных;</li> <li>- навыками научной дискуссии в рамках публичного обсуждения результатов научного исследования;</li> <li>- методологией экономических исследований;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- методами и приемами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических и эконометрических моделей;</li> <li>- количественными и качественными методами анализа при принятии финансовых управленческих решений;</li> <li>- количественными и качественными методами анализа при принятии управленческих решений.</li> </ul>
<b>ОК-2</b>	Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- критерии определения актуальности и практической значимости проблемы;</li> <li>- основные правила, принципы поведения в нестандартных ситуациях, возникающих в профессиональной деятельности;</li> <li>- принципы эффективного общения, механизмы восприятия и понимания;</li> <li>- основы управления проектом.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;</li> <li>- ориентироваться в системе процедур управления проектами.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;</li> <li>- навыками поведения в нестандартных ситуациях, возникающих в профессиональной деятельности нести социальную и этическую ответственность за принятые решения</li> <li>- навыками управления совместной группы проекта.</li> </ul>
<b>ОК-3</b>	Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности логики, методологии и методики научных исследований;</li> <li>- принципы организации научных исследований и особенности деятельности научного сообщества;</li> <li>- критерии определения актуальности и практической значимости использования творческого потенциала;</li> <li>- методы и приемы саморазвития и самоорганизации в получении и систематизации знаний;</li> <li>- структуру общения;</li> <li>- уровни и средства общения;</li> <li>- виды делового общения;</li> <li>- определение понятий «личность», «архетип», «взаимодействие»;</li> <li>- организацию речи в соответствии с видом и ситуацией общения, правила речевого этикета.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять понятийно-категориальный аппарат науки в профессиональной деятельности;</li> <li>- выявлять проблему исследования;</li> <li>- определять цель и задачи, объект и предмет, соответствующие теме исследования;</li> <li>- формулировать идею, замысел, гипотезу исследования;</li> <li>- разрабатывать теоретическую модель изучаемого объекта;</li> <li>- действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;</li> <li>- развивать свой общекультурный и профессиональный уровень самостоятельно;</li> <li>- самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения;</li> <li>- использовать свой творческий потенциал;</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать различные формы и виды устной и письменной коммуникации на родном и иностранных языках в учебной и профессиональной деятельности;</li> <li>- правильно применять языковые средства в устной и письменной речи в процессе межличностной, деловой и профессиональной коммуникации;</li> <li>- следить за точностью, логичностью и выразительностью речи;</li> <li>- определять цель и понимать ситуацию общения.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основами современной методологии научного познания;</li> <li>- навыками исследовательской работы в соответствующей теме исследования области знания;</li> <li>- способностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;</li> <li>- навыками работы с литературой и другими информационными источниками;</li> <li>- нормами литературного языка;</li> <li>- монологической и диалогической речью в различных коммуникативных ситуациях;</li> <li>- правилами речевого этикета;</li> <li>- нормами делового этикета;</li> <li>- простейшими приемами саморегуляции.</li> </ul>
	<b>ОПК-1</b>	<p>Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- деловую лексику и грамматику иностранного языка в объеме, необходимом для выполнения функции менеджера в межкультурной среде;</li> <li>- принципы межличностных, групповых и организационных коммуникаций;</li> <li>- основы коммуникаций, межличностного и межкультурного взаимодействия;</li> <li>- уровни языка: фонетический (орфоэпия), грамматический (морфология и синтаксис, орфография и пунктуация), лексический (выбор слова, сочетаемость слов), стилистический (функциональные стили, стилистическая окраска единиц, стилистическое единство текста);</li> <li>- организацию речи в соответствии с видом и ситуацией общения, правила речевого этикета;</li> <li>- роль языка в обществе, нормы литературного языка, качества речи, средства создания выразительности речи;</li> <li>- предмет, задачи, основные положения и методики ораторского мастерства, основные характеристики риторики как науки и практики;</li> <li>- основы мастерства публичного выступления;</li> <li>- функциональные, композиционные, грамматические и стилистические особенности публичных выступлений и презентаций.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- переводить тексты по специальности с иностранного на русский язык,</li> <li>- использовать на практике методы межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности;</li> <li>- аргументировано и логически верно строить устную и письменную речь в деловой коммуникации;</li> <li>- использовать различные формы и виды устной и письменной коммуникации на родном и иностранных языках в учебной и профессиональной деятельности;</li> <li>- правильно применять языковые средства в устной и письменной речи в процессе межличностной, деловой и профессиональной коммуникации;</li> <li>- следить за точностью, логичностью и выразительностью речи;</li> <li>- направлять диалог в соответствии с целями профессиональной деятельности;</li> </ul>



		<ul style="list-style-type: none"> <li>- трансформировать вербальный и невербальный материал в соответствии с коммуникативной задачей;</li> <li>- использовать алгоритм подготовки эффективного публичного выступления и презентации;</li> <li>- определять цель и понимать ситуацию общения;</li> <li>- учитывать социальные и индивидуальные черты личности собеседника;</li> <li>- прогнозировать развитие диалога, реакции собеседника;</li> <li>- создавать и поддерживать благоприятную психологическую атмосферу общения;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками извлечения информации из текстов по проблемам менеджмента;</li> <li>- навыками межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности;</li> <li>- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;</li> <li>- нормами литературного языка;</li> <li>- навыками подготовки различных типов публичных выступлений и презентаций, используя современные информационно-коммуникационные технологии;</li> <li>- монологической и диалогической речью в различных коммуникативных ситуациях.</li> <li>- правилами речевого и делового этикета.</li> </ul>	
	<b>ОПК-2</b>	<p>Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные методы руководства коллективом в сфере маркетинга;</li> <li>- принципы эффективной коммуникации в трудовом коллективе.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- руководить коллективом в сфере маркетинга;</li> <li>- руководить коллективом, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными методами руководства коллективом в сфере маркетинга;</li> <li>- законами деловой коммуникации, мастерством создания позитивного социально-психологического климата в коллективе.</li> </ul>
	<b>ОПК-3</b>	<p>Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные методы исследований в области менеджмента;</li> <li>- основные методы исследований в области маркетинга;</li> <li>- критерии определения актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить самостоятельные исследования в области менеджмента, обосновывать актуальность и практическую значимость научного исследования;</li> <li>- проводить самостоятельные исследования в области маркетинга, обосновывать актуальность и практическую значимость научного исследования;</li> <li>- проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью проводить самостоятельные исследования в области менеджмента;</li> <li>- способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и прак-</li> </ul>

		<p>тическую значимость избранной темы научного исследования;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью проводить самостоятельные исследования в области маркетинга, обосновывать актуальность и практическую значимость научного исследования</li> </ul>
<b>ПК-1</b>	Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современные стили и модели управления сотрудниками; инновационные подходы управления организациями;</li> <li>- теоретические основы управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;</li> <li>- деловую лексику и грамматику иностранного языка в объеме, необходимом для выполнения функции менеджера в межкультурной среде;</li> <li>- современные стили и модели управления организациями, группами сотрудников, проектами и сетями;</li> <li>- инновационные подходы управления организациями в сфере маркетинга;</li> <li>- инновационные подходы управления организациями</li> <li>- стили и модели управления организациями, группами сотрудников, проектами и сетями</li> <li>- способы и методы управления, как принимать организационно-управленческие решения.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять современные методы руководства на различных иерархических уровнях управления;</li> <li>- управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;</li> <li>- переводить тексты по специальности с иностранного на русский язык;</li> <li>- использовать современные методы управления трудовыми коллективами, проектами и сетями для решения технологических задач в сфере маркетинга <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать управленческие знания в различных сферах предпринимательской деятельности и принимать организационно-управленческие решения.</li> </ul> </li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками управленческой деятельности в различных сферах экономики на международном рынке посредством производных инструментов;</li> <li>- способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;</li> <li>- навыками извлечения информации из текстов по проблемам менеджмента;</li> <li>- навыками управленческой деятельности организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями в сфере маркетинга;</li> <li>- методами управления трудовыми коллективами, проектами и сетями</li> <li>- способностью и навыками использовать управленческие знания в различных сферах предпринимательской деятельности и принимать организационно-управленческие решения.</li> </ul>
<b>ПК-2</b>	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений;</li> <li>- методы и принципы разработки корпоративных стратегий маркетинга, программ организационного развития и изменений в различных отраслях и сферах деятельности;</li> <li>- виды, формы и методы разработки системы управления проектом;</li> <li>- методы современного стратегического анализа и технологии маркетинговой деятельности.</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- методы и способы разработки стратегии поведения экономических агентов на различных рынках.</li> <li>Уметь: <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию;</li> <li>- разрабатывать корпоративную стратегию маркетинга, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию для реалий различных отраслей;</li> <li>- трансформировать и развивать на основе передового опыта организационно-технологические системы управления проектом на всех стадиях его жизненного цикла;</li> <li>- применять теоретические знания для разработки корпоративной стратегии;</li> <li>- использовать и применять методы и способы разработки стратегии поведения экономических агентов на различных рынках.</li> </ul> </li> <li>Владеть: <ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию;</li> <li>- современными технологиями маркетингового управления;</li> <li>- формированием команды управления проектом и управлением командой проекта в различных типах проектов;</li> <li>- методами стратегического планирования</li> <li>- способностью и навыками разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках.</li> </ul> </li> </ul>
	<b>ПК-3</b>	Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	<ul style="list-style-type: none"> <li>Знать: <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфические особенности управления финансами в корпорациях и организациях различных организационно-правовых форм;</li> <li>- современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач;</li> <li>- современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга;</li> <li>- современные методы управления корпоративными финансами.</li> </ul> </li> <li>Уметь: <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать методы финансового планирования и прогнозирования, в том числе бюджетирования корпоративных финансов организаций;</li> <li>- использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач организации.</li> <li>- использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач;</li> <li>- использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга.</li> </ul> </li> <li>Владеть: <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценкой предпринимательских, инвестиционных и финансовых рисков;</li> <li>- построением долгосрочной и краткосрочной финансовой политики организации;</li> <li>- выбором наиболее эффективного варианта решения в профессиональной деятельности в сфере управления корпоративными финансами;</li> <li>- методами управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере</li> </ul> </li> </ul>

			<p>маркетинга;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современными методами управления корпоративными финансами для решения стратегических задач организации.</li> </ul>
	<p><b>ПК-4</b></p>	<p>Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы обобщения и исследования актуальных проблем управления;</li> <li>- основные подходы к классификации научных методов;</li> <li>- количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга;</li> <li>- количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области поведения потребителей;</li> <li>- экономические основы операционной деятельности организации;</li> <li>- связи операционных процессов организации с другими процессами, происходящими в организации;</li> <li>- количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области рекламы;</li> <li>- современные методы анализа для оценки внешней среды окружения проекта;</li> <li>- количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга и PR.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- развивать свой интеллектуальный уровень;</li> <li>- выявлять проблему исследования;</li> <li>- определять цель и задачи, объект и предмет, соответствующие теме исследования;</li> <li>- формулировать идею, замысел, гипотезу исследования;</li> <li>- разрабатывать теоретическую модель изучаемого объекта;</li> <li>- готовить аналитические материалы по результатам их применения в различных отраслях и сферах деятельности;</li> <li>- использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга, готовить аналитические материалы по результатам их применения для различных отраслей;</li> <li>- использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области поведения потребителей, готовить аналитические материалы по результатам их применения;</li> <li>- проводить анализ бизнес-процессов организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений;</li> <li>- проводить анализ рыночных и специфических рисков, использовать его результаты для принятия управленческих решений;</li> <li>- проводить анализ конкурентной среды отрасли;</li> <li>- на основе методов стратегического анализа формировать миссию и концепцию проекта;</li> <li>- на основе анализов, оценок и прогнозов формировать оптимальную политику достижения запланированных результатов проекта;</li> <li>- анализировать, прогнозировать и формировать антикризисную направленность проектов;</li> <li>- использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга и PR, готовить аналитические материалы по результатам их применения для различных отраслей.</li> </ul>

			<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью к логическому мышлению;</li> <li>- навыками исследовательской работы в соответствующей теме исследования области знания;</li> <li>- экономическим образом мышления;</li> <li>- современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности;</li> <li>- современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области поведения потребителей;</li> <li>- навыками оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций;</li> <li>- методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения;</li> <li>- современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области рекламы;</li> <li>- анализом и формированием инновационной направленности проектов</li> <li>- современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности.</li> </ul>
	ПК-5	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные результаты новейших исследований по проблемам менеджмента;</li> <li>- современные теории и концепции поведения на различных уровнях организации;</li> <li>- модели поведения экономических агентов и рынков;</li> <li>- информационное обеспечение корпоративными финансами;</li> <li>- системы платежей и расчетов, практику их применения;</li> <li>- практику организации и регулирования денежных потоков организации с эффективным использованием в этих целях различных финансовых инструментов;</li> <li>- методы стратегического маркетингового анализа; теории и методы экономических и социально-экономических исследований, литературу, посвященную исследованиям, итоги проводимых исследований в России и за рубежом;</li> <li>- основные методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков;</li> <li>- методы экономического и стратегического анализа;</li> <li>- роль, значение и задачи экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;</li> <li>- основы построения, расчета и анализа системы показателей, характеризующих поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;</li> <li>- особенности системного описания социально-экономических явлений; этапы построения управленческих решений;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- управлять развитием организации; осуществлять анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений; разрабатывать стратегии развития организации;</li> <li>- формировать требования к информационному обеспечению корпоративными финансами и анализировать информационные и статистические материалы по оценке финансового состояния</li> </ul>

			<p>организации, используя современные методы и показатели такой оценки;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить эмпирические исследования, на их основе разрабатывать экономические концепции и стратегии, использовать методы экономических и социально-экономических исследований, собирать и обрабатывать информацию;</li> <li>- использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;</li> <li>- анализировать и интерпретировать управленческую, финансовую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений;</li> <li>- использовать основные методы экономического анализа и стратегического анализа для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала;</li> <li>- осуществлять выбор инструментальных средств для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей;</li> <li>- анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы;</li> <li>- осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач;</li> <li>- разрабатывать программы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методикой построения организационно-управленческих моделей;</li> <li>- навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений;</li> <li>- инструментальными средствами анализа (моделирования) проекта и решения типовых задач анализа и оптимизации;</li> <li>- навыками чтения и оценки важнейших финансовых документов (отчетности);</li> <li>- разработкой бюджетов краткосрочного и долгосрочного характера; оценкой предпринимательских, инвестиционных и финансовых рисков и др. факторов, влияющих на эффективность финансового управления в сфере корпоративных финансов;</li> <li>- методами маркетинговой коммуникации;</li> <li>- умением разрабатывать программы эмпирических и теоретических исследований;</li> <li>- методами измерения и построения индексов;</li> <li>- методами статистики информационными технологиями;</li> <li>- умениями сбора, обработки и анализа информации;</li> <li>- методами разработки стратегий предприятий, связанными с обработкой и анализом информации;</li> <li>- методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;</li> <li>- навыками оценки влияния инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) компании;</li> <li>- методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;</li> <li>- методами оценки инвестиционных проектов;</li> <li>- современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне.</li> </ul>
--	--	--	--

	<b>ПК-6</b>	Способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы обобщения и исследования актуальных проблем управления;</li> <li>- основные подходы к классификации научных методов;</li> <li>- основные методы обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять перспективные направления научного развития;</li> <li>- выявлять проблему исследования;</li> <li>- определять цель и задачи, объект и предмет, соответствующие теме исследования;</li> <li>- обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками исследования и обоснования проблем управления на основе отечественного и зарубежного опыта;</li> <li>- навыками исследовательской работы в соответствующей теме исследования области знания;</li> <li>- способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями.</li> </ul>
	<b>ПК-7</b>	Способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы организации научных исследований в сфере профессиональной деятельности;</li> <li>- правила подготовки и оформления научного текста, требования к его структуре, содержанию и оформлению;</li> <li>- основные методы представления результатов проведенного исследования.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять реферативные и библиографические материалы, отчеты, статьи, доклады по тематике научных исследований в социальной и политической сферах;</li> <li>- осуществлять анализ полученных в ходе исследования данных;</li> <li>- представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами реферирования и анализа научных текстов и написания отчетов, статей, докладов;</li> <li>- навыками поиска, отбора и обработки информации;</li> <li>- навыками описания, объяснения и систематизации данных;</li> <li>- способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада.</li> </ul>
	<b>ПК-8</b>	Способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы организации научных исследований и особенности деятельности научного сообщества;</li> <li>- правила подготовки и оформления научного текста, требования к его структуре, содержанию и оформлению;</li> <li>- теорию маркетинга, факторы, влияющие на успешность маркетинговых кампаний;</li> <li>- экономико-математические методы оптимизации и прогнозирования экономических процессов на предприятии и в отрасли, математико-статистические теории;</li> </ul>

			<p>- факторы, влияющие на успешность маркетинговых кампаний; экономико-математические методы оптимизации и прогнозирования экономических процессов на предприятии и в отрасли, математико-статистические теории.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- работать с источниками информации и распределять ресурсы по этапам исследовательской работы;</li> <li>- осуществлять анализ полученных в ходе исследования данных;</li> <li>- применять понятийно-категориальный аппарат науки в профессиональной деятельности;</li> <li>- выявлять проблему исследования;</li> <li>- определять цель и задачи, объект и предмет, соответствующие теме исследования;</li> <li>- формулировать идею, замысел, гипотезу исследования;</li> <li>- разрабатывать теоретическую модель изучаемого объекта;</li> <li>- ставить исследовательские задачи, строить оптимизационные модели;</li> <li>- прогнозировать экономические процессы и на этой основе строить маркетинговые стратегии;</li> <li>- осуществлять количественный и качественный анализ маркетинговых процессов на предприятии и в отрасли;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ставить исследовательские задачи, строить оптимизационные модели, прогнозировать экономические процессы и на этой основе строить маркетинговые стратегии, осуществлять количественный и качественный анализ маркетинговых процессов на предприятии и в отрасли.</li> <li>- методами редактирования и анализа научных текстов, навыками подготовки публикаций, обзоров и аннотаций в сфере профессиональной деятельности;</li> <li>- навыками поиска, отбора и обработки информации;</li> <li>- навыками описания, объяснения и систематизации данных;</li> <li>- способностью обосновывать актуальность научной темы;</li> <li>- умением разрабатывать проекты нормативных документов, управленческих решений;</li> <li>- методами маркетинговой оценки эффективности выполнения стратегий.</li> </ul>
	<b>ПК-9</b>	Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правила и принципы проведения самостоятельных исследований в области маркетинга;</li> <li>- правила и принципы проведения самостоятельных исследований в области маркетинга и PR</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать программу проведения самостоятельных исследований в области маркетинга;</li> <li>- разрабатывать программу проведения самостоятельных исследований в области маркетинга и PR;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способностью проведения самостоятельных исследований в области маркетинга в соответствии с разработанной программой;</li> <li>- способностью проведения самостоятельных исследований в области маркетинга и PR в соответствии с разработанной программой</li> </ul>
<b>Предпринимательская деятельность</b>	<b>ПК-1</b>	Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	<p>Знать: способы и методы управления, как принимать организационно-управленческие решения.</p> <p>Уметь: использовать управленческие знания в различных сферах предпринимательской деятельности и принимать организационно-управленческие решения.</p> <p>Владеть: способностью и навыками использовать управленческие знания в различных сферах предпринимательской деятельности и принимать организационно-управленческие решения.</p>



	<b>ПК-2</b>	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Знать: методы и способы разработки стратегии поведения экономических агентов на различных рынках. Уметь: использовать и применять методы и способы разработки стратегии поведения экономических агентов на различных рынках. Владеть: способностью и навыками разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках.
<b>Конкурентоспособность предпринимательских структур</b>	<b>ПК-2</b>	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Знать: методы и принципы разработки корпоративных стратегий, программ организационного развития и изменений Уметь: разрабатывать корпоративную стратегию программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию Владеть: способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
	<b>ПК-5</b>	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знать: методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков Уметь: разрабатывать программы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде Владеть: методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде