

Матрица компетенций 38 04 02 – Менеджмент

Дисциплина	Планируемый результат	Код компетенций
<p>Управленческая экономика</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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) - современные стили и модели управления сотрудниками; инновационные подходы управления организациями - основные результаты новейших исследований по проблемам менеджмента; современные теории и концепции поведения на различных уровнях организации; модели поведения экономических агентов и рынков; - современные методы управления корпоративными финансами 	<p>ОК-1 ПК-1 ПК-3 ПК-5</p>
	<p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - с использованием методов абстрактного мышления, анализа и синтеза анализировать альтернативные варианты решения исследовательских задач и оценивать экономическую эффективность реализации этих вариантов - применять современные методы руководства на различных иерархических уровнях управления - управлять развитием организации; осуществлять анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений; разрабатывать стратегии развития организации; - использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач организации 	
	<p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - целостной системой навыков использования абстрактного мышления при решении проблем, возникающих при выполнении исследовательских работ, навыками отстаивания своей точки зрения - навыками управленческой деятельности в различных сферах экономики на международном рынке посредством производных инструментов. - 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. - современными методами управления корпоративными финансами для решения стратегических задач организации 	
<p>Методы исследований в менеджменте</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - методы научных исследований; - основные методы исследований в области менеджмента - основные методы обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями - основные методы представления результатов проведенного исследования - факторы, влияющие на успешность маркетинговых кампаний; экономико-математические методы оптимизации и прогнозирования экономических процессов на предприятии и в отрасли, математико-статистические теории - правила и принципы проведения самостоятельных исследований 	<p>ОК-1 ОПК-3 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-9</p>
	<p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять проблемы прикладного характера при анализе абстрактных и конкретных управленческих ситуаций; - проводить самостоятельные исследования в области менеджмента, обосновывать актуальность и практическую значимость научного исследования 	

	<ul style="list-style-type: none"> - обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями - представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада - 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 - разрабатывать программу проведения самостоятельных исследований <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - методологией исследований в менеджменте; - способностью проводить самостоятельные исследования в области менеджмента - способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями - способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада - способностью обосновывать актуальность научной темы, умением разрабатывать проекты нормативных документов, управленческих решений, методами маркетинговой оценки эффективности выполнения стратегий - способностью проведения самостоятельных исследований в соответствии с разработанной программой 	
Корпоративные финансы	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - критерии определения актуальности и практической значимости проблемы; - информационное обеспечение финансового менеджмента; системы платежей и расчетов, практику их применения; практику организации и регулирования денежных потоков предприятия с эффективным использованием в этих целях финансового механизма и различных финансовых инструментов ; - специфические особенности управления финансами в корпорациях и организациях различных организационно-правовых форм. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; - формировать требования к информационному обеспечению и анализировать информационные и статистические материалы по оценке финансового состояния предприятия, используя современные методы и показатели такой оценки ; - использовать методы финансового планирования и прогнозирования, в том числе бюджетирования деятельности предприятия. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; - навыками разработки бюджетов краткосрочного и долгосрочного характера; оценкой предпринимательских, инвестиционных и финансовых рисков; - оценкой предпринимательских, инвестиционных и финансовых рисков; построением долгосрочной и краткосрочной финансовой политики предприятия, выбором наиболее эффективного варианта решения в профессиональной деятельности. 	<p>ОК-2 ПК-3 ПК-5</p>
Теория организации и организационное поведение	<p><u>Знать</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы межличностных, групповых и организационных коммуникаций - основные методы руководства коллективом в сфере маркетинга - критерии определения актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования; - теоретические основы управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями. <p><u>Уметь</u></p>	<p>ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ПК-1</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования; - управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями - использовать на практике методы межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности - руководить коллективом в сфере маркетинга 		
	<p><u>Владеть</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности - основными методами руководства коллективом в сфере маркетинга - способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования; - способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями 		
<p>Современный стратегический анализ</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - критерии определения актуальности и практической значимости использования творческого потенциала - теоретические основы корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений - количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга - методы стратегического маркетингового анализа; теории и методы экономических и социально-экономических исследований, литературу, посвященную исследованиям, итоги проводимых исследований в России и за рубежом 	<p>ОК-3 ПК-2 ПК-4 ПК-5</p>	
	<p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения - разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию - 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 - проводить эмпирические исследования, на их основе разрабатывать экономические концепции и стратегии, использовать методы экономических и социально-экономических исследований, собирать и обрабатывать информацию 		
	<p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала - способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию - современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности - 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 		
<p>Профессиональный иностранный язык</p>	<p><u>Знать:</u></p> <p>деловую лексику и грамматику иностранного языка в объеме, необходимом для выполнения функции менеджера в межкультурной среде.</p>	<p>ОПК-1</p>	
	<p><u>Уметь:</u></p> <p>переводить тексты по специальности с иностранного на русский язык.</p>		

	<u>Владеть:</u> навыками извлечения информации из текстов по проблемам менеджмента.	
Логика и методология научного исследования	<u>Знать:</u> - особенности методологии и методики научных исследований; - основные теоретические подходы, типы научных исследований; - принципы, уровни методологии научных исследований; - основные подходы к классификации научных методов; - принципы организации научных исследований и особенности деятельности научного сообщества; - правила подготовки и оформления научного текста, требования к его структуре, содержанию и оформлению.	ОК-1 ОК-3 ПК-4 ПК-6 ПК-7 ПК-8
	<u>Уметь:</u> - 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; - работать с источниками информации и распределять ресурсы по этапам исследовательской работы; - разрабатывать теоретическую модель изучаемого объекта; - выбирать соответствующие целям и задачам методы исследования; - осуществлять анализ полученных в ходе исследования данных.	
	<u>Владеть:</u> - 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.	
Теория менеджмента	<u>Знать:</u> - критерии определения актуальности и практической значимости проблемы - критерии определения актуальности и практической значимости использования творческого потенциала - теоретические основы корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений - современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	ОК-2 ОК-3 ПК-2 ПК-3
	<u>Уметь:</u> - действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения - действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения - разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию - использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	
	<u>Владеть:</u> - способностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения - способностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала - способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию - использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - методы и принципы разработки корпоративных стратегий маркетинга, программ организационного развития и изменений в различных отраслях и сферах деятельности - количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга - основные методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков 	ПК-2 ПК-4 ПК-5
	<p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать корпоративную стратегию маркетинга, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию для реалий различных отрасле 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 - использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде 	
	<p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - современными технологиями маркетингового управления - современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности - методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде 	
Технологии маркетинговой деятельности	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - методы и приемы саморазвития и самоорганизации в получении и систематизации знаний - методы и принципы разработки корпоративных стратегий маркетинга, программ организационного развития и изменений в различных отраслях и сферах деятельности - количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга - основные методы обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями 	ОК-3 ПК-2 ПК-4 ПК-6
	<p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - развивать свой общекультурный и профессиональный уровень самостоятельно, самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения, использовать свой творческий потенциал - разрабатывать корпоративную стратегию маркетинга, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию для реалий различных отраслей - 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 - обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями 	
	<p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с литературой и другими информационными источниками - современными технологиями маркетингового управления - современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности - способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями 	
Анализ поведения потре-	<p><u>Знать:</u></p>	ПК-4

<p>бителей</p>	<p>- количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области поведения потребителей</p> <p>- основные методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков</p> <p><u>Уметь:</u></p> <p>- использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области поведения потребителей, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p> <p>- использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p> <p><u>Владеть:</u></p> <p>- современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области поведения потребителей</p> <p>- методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>ПК-5</p>
<p>Маркетинговые исследования</p>	<p><u>Знать:</u></p> <p>- основные методы исследований в области маркетинга</p> <p>- количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга</p> <p>- основные методы обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями</p> <p>- правила и принципы проведения самостоятельных исследований в области маркетинга</p> <p><u>Уметь:</u></p> <p>- проводить самостоятельные исследования в области маркетинга, обосновывать актуальность и практическую значимость научного исследования</p> <p>- 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</p> <p>- обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями</p> <p>- разрабатывать программу проведения самостоятельных исследований в области маркетинга</p> <p><u>Владеть:</u></p> <p>- способностью проводить самостоятельные исследования в области маркетинга, обосновывать актуальность и практическую значимость научного исследования</p> <p>- современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности</p> <p>- способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями</p> <p>- способностью проведения самостоятельных исследований в области маркетинга в соответствии с разработанной программой</p>	<p>ОПК-3 ПК-4 ПК-6 ПК-9</p>
<p>Управление маркетингом</p>	<p><u>Знать:</u></p> <p>- основные методы руководства коллективом в сфере маркетинга</p> <p>- современные стили и модели управления организациями, группами сотрудников, проектами и сетями; инновационные подходы управления организациями в сфере маркетинга</p> <p>- методы и принципы разработки корпоративных стратегий маркетинга, программ организационного развития и изменений в различных отраслях и сферах деятельности</p> <p>- современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга</p>	<p>ОПК-2 ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4</p>

	<p>- количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга</p> <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - руководить коллективом в сфере маркетинга - применять современные методы руководства на различных иерархических уровнях управления - разрабатывать корпоративную стратегию маркетинга, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию для реалий различных отраслей - использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга - 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 <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - основными методами руководства коллективом в сфере маркетинга - навыками управленческой деятельности организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями в сфере маркетинга - современными технологиями маркетингового управления - методами управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга - современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности 	
<p>Связи с общественностью в предпринимательской деятельности</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - методы и приемы саморазвития и самоорганизации в получении и систематизации знаний - принципы межличностных, групповых и организационных коммуникаций - стили и модели управления организациями, группами сотрудников, проектами и сетями <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - развивать свой общекультурный и профессиональный уровень самостоятельно, самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения, использовать свой творческий потенциал - использовать на практике методы межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности - применять методы руководства на различных иерархических уровнях управления <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с литературой и другими информационными источниками - навыками межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности - навыками управленческой деятельности организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями 	<p>ОК-3 ОПК-1 ПК-1</p>
<p>Управленческий анализ</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - понятия, сущность и методы анализа и синтеза; - методы построения экономических моделей объектов, явлений и процессов; - методы теоретического и экспериментального исследования; - экономические основы операционной деятельности организации; - связи операционных процессов организации с другими процессами, происходящими в организации; - методы экономического и стратегического анализа; - роль, значение и задачи экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в 	<p>ОК-1 ПК-4 ПК-5</p>

	<p>глобальной среде;</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы построения, расчета и анализа системы показателей, характеризующих поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - 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; - 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; - 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. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - 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; - навыками оценки влияния инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) компании; - методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; - методами оценки инвестиционных проектов. 	
<p>Экономический анализ</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - понятия, сущность и методы анализа и синтеза; - методы построения экономических моделей объектов, явлений и процессов; - методы теоретического и экспериментального исследования; - экономические основы операционной деятельности организации; - связи операционных процессов организации с другими процессами, происходящими в организации; - методы экономического и стратегического анализа; - роль, значение и задачи экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; - основы построения, расчета и анализа системы показателей, характеризующих поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде. 	<p>ОК-1 ПК-4 ПК-5</p>

	<p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - 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; - 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; - 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. 	
	<p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - 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; - навыками оценки влияния инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) компании; - методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; - методами оценки инвестиционных проектов. 	
<p>Эвент-маркетинг</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные правила, принципы поведения в нестандартных ситуациях, возникающих в профессиональной деятельности - методы и приемы саморазвития и самоорганизации в получении и систематизации знаний - принципы межличностных, групповых и организационных коммуn современных стили и модели управления организациями, группами сотрудников, проектами и сетями; инновационные подходы управления организациями 	<p>ОК-2 ОК-3 ОПК-1 ПК-1</p>
	<p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения - развивать свой общекультурный и профессиональный уровень самостоятельно, самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения, использовать свой творческий потенциал. - использовать на практике методы межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности - применять современные методы руководства на различных иерархических уровнях управления 	
	<p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками поведения в нестандартных ситуациях, возникающих в профессиональной деятельности нести социальную 	

	<p>и этическую ответственность за принятые решения</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с литературой и другими информационными источниками. - навыками межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности - навыками управленческой деятельности в организациях, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями 	
Деловая этика	<p><u>Знать</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы эффективного общения, механизмы восприятия и понимания; - основы коммуникаций, межличностного и межкультурного взаимодействия; - принципы эффективной коммуникации в трудовом коллективе. 	<p>ОК-2 ОПК-1 ОПК-2</p>
	<p><u>Уметь</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; - аргументировано и логически верно строить устную и письменную речь в деловой коммуникации; - руководить коллективом, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия. 	
	<p><u>Владеть</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности; - законами деловой коммуникации, мастерством создания позитивного социально-психологического климата в коллективе. 	
Деловое общение	<p><u>Знать</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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); структуру общения; - определение понятия «общение»; - уровни и средства общения; - виды делового общения; - определение понятий «личность», «архетип», «взаимодействие»; - строить отношения с людьми и находить подход к ним; - организацию речи в соответствии с видом и ситуацией общения, логикой построения речи, правила речевого этикета; - роль языка в обществе, нормы литературного языка, качества речи, средства создания выразительности речи; - определение понятий «личность», «архетип», «взаимодействие»; - основы мастерства публичного выступления; - функциональные, композиционные, грамматические и стилистические особенности публичных выступлений и презентаций; - основы делового общения, способствующие развитию общей культуры и социализации личности; - определение, цели и методы ведения деловых переговоров; - виды деловых переговоров; - определение понятия «спор», целей и подходы к ведению спор; - особенности критики в споре; 	<p>ОК-3 ОПК-1</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - принципы ведения спора; - определение понятия «конфликт», его структуру и типы; - причины конфликтов; <p><u>Уметь</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - учитывать социальные и индивидуальные черты личности собеседника; - прогнозировать развитие диалога, реакции собеседника; - создавать и поддерживать благоприятную психологическую атмосферу общения; - направлять диалог в соответствии с целями профессиональной деятельности; - вести деловую беседу; - вести деловые переговоры; - вести деловые совещания и собрания; - четко различать порядок составления, оформления и хранения основных видов документов, функционирующих в сфере управления и делового общения; - слушать в процессе делового общения; - использовать технологию убеждения партнеров; - вести деловую беседу по телефону и участвовать в деловых переговорах; - использовать алгоритм подготовки эффективного публичного выступления и презентации. - трансформировать вербальный и невербальный материал в соответствии с коммуникативной задачей; 	
	<p><u>Владеть</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - нормами литературного языка; - навыками подготовки различных типов публичных выступлений и презентаций, используя современные информационно-коммуникационные технологии; - монологической и диалогической речью в различных коммуникативных ситуациях; - правилами речевого этикета; - нормами делового этикета; - навыками составления и оформления деловой корреспонденции (письма, коммерческие предложения, приглашения, поздравительные адреса и т.п.), а также деловых бумаг и документов (заявление, автобиография, резюме, доверенность, расписка, служебная записка и т.п.) - простейшими приемами саморегуляции; - навыками и методами ведения деловой беседы; - навыками и методами ведения деловых переговоров. 	
<p>Деловая риторика</p>	<p><u>Знать:</u> 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, сти-</p>	<p>ОПК-1</p>

	<p>лирическая 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.</p> <p><u>Уметь:</u> 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; 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><u>Владеть:</u> нормами литературного языка; навыками подготовки различных типов публичных выступлений и презентаций; монологической и диалогической речью в различных коммуникативных ситуациях; правилами речевого и делового этикета.</p>	
<p>Теория и практика рекламы</p>	<p><u>Знать:</u> - методы и приемы саморазвития и самоорганизации в получении и систематизации знаний - принципы межличностных, групповых и организационных коммуникаций - количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области рекламы - основные методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков</p> <p><u>Уметь:</u> - развивать свой общекультурный и профессиональный уровень самостоятельно, самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения, использовать свой творческий потенциал - использовать на практике методы межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности - использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области рекламы, готовить аналитические материалы по результатам их применения - использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p> <p><u>Владеть:</u> - навыками работы с литературой и другими информационными источниками - навыками межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности - современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области рекламы - методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>ОК-3 ОПК-1 ПК-4 ПК-5</p>
<p>Управление проектами</p>	<p><u>Знать:</u></p>	<p>ОК-2</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - основы управления проектом; - виды, формы и методы разработки системы управления проектом; - современные методы анализа для оценки внешней среды окружения проекта 	ПК-2 ПК-4
	<p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в системе процедур управления проектами - трансформировать и развивать на основе передового опыта организационно-технологические системы управления проектом на всех стадиях его жизненного цикла - 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. 	
	<p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками управления совместной группы проекта - формированием команды управления проектом и управлением командой проекта в различных типах проектов. - анализом и формированием инновационной направленности проектов 	
Интегрированные коммуникации	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - методы и приемы саморазвития и самоорганизации в получении и систематизации знаний - принципы межличностных, групповых и организационных коммуникаций - количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга 	ОК-3 ОПК-1 ПК-4
	<p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - развивать свой общекультурный и профессиональный уровень самостоятельно, самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения, использовать свой творческий потенциал - использовать на практике методы межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности - 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 	
	<p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с литературой и другими информационными источниками. - навыками межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности - современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности 	
Методы принятия управленческих решений	<p><u>Знать:</u> особенности системного описания социально-экономических явлений; этапы построения управленческих решений</p>	ПК-5
	<p><u>Уметь:</u> 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</p>	
	<p><u>Владеть:</u> современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне</p>	
Практика по получению	<p><u>Знать:</u></p>	ОК-1

<p>первичных профессиональных умений и навыков</p>	<ul style="list-style-type: none"> - понятия, сущность и методы анализа и синтеза; - методы построения экономических моделей объектов, явлений и процессов; - методы и приемы саморазвития и самоорганизации в получении и систематизации знаний - принципы межличностных, групповых и организационных коммуникаций - количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга и PR - основные методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков - основные методы представления результатов проведенного исследования - правила и принципы проведения самостоятельных исследований в области маркетинга и PR. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять проблемы экономического характера при анализе абстрактных и конкретных ситуаций; - развивать свой общекультурный и профессиональный уровень самостоятельно, самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения, использовать свой творческий потенциал. - использовать на практике методы межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности - 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. - использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде - представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада - разрабатывать программу проведения самостоятельных исследований в области маркетинга и PR. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - методологией экономических исследований. - количественными и качественными методами анализа при принятии управленческих решений. - навыками работы с литературой и другими информационными источниками. - навыками межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности - современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности. - методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде - способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада - способностью проведения самостоятельных исследований в области маркетинга в соответствии с разработанной программой. 	<p>ОК-3 ОПК-1 ПК-4 ПК-5 ПК-7 ПК-9</p>
<p>Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - понятия, сущность и методы анализа и синтеза; - методы построения экономических моделей объектов, явлений и процессов; - методы и приемы саморазвития и самоорганизации в получении и систематизации знаний - принципы межличностных, групповых и организационных коммуникаций - современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга. - количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга, готовить аналитические материалы по результатам их применения в различных отраслях и сферах деятельности - основные методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков 	<p>ОК-1 ОК-3 ОПК-1 ПК-3 ПК-4 ПК-5 ПК-7 ПК-9</p>

	<p>- основные методы представления результатов проведенного исследования</p> <p>- правила и принципы проведения самостоятельных исследований в области маркетинга и PR</p> <p><u>Уметь:</u></p> <p>- выявлять проблемы экономического характера при анализе абстрактных и конкретных ситуаций;</p> <p>- развивать свой общекультурный и профессиональный уровень самостоятельно, самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения, использовать свой творческий потенциал.</p> <p>- использовать на практике методы межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности</p> <p>- использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга.</p> <p>- 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</p> <p>- использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p> <p>- представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада</p> <p>- разрабатывать программу проведения самостоятельных исследований в области маркетинга и PR.</p> <p><u>Владеть:</u></p> <p>- методологией экономических исследований.</p> <p>- количественными и качественными методами анализа при принятии управленческих решений.</p> <p>- навыками работы с литературой и другими информационными источниками.</p> <p>- навыками межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности</p> <p>- методами управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга.</p> <p>- современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности</p> <p>- методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p> <p>- способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада</p> <p>- способностью проведения самостоятельных исследований в области маркетинга в соответствии с разработанной программой.</p>	
<p>Научно-исследовательская работа</p>	<p><u>Знать:</u></p> <p>- основные методы обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями</p> <p>- основные методы представления результатов проведенного исследования</p> <p>- теорию маркетинга, факторы, влияющие на успешность маркетинговых кампаний; экономико-математические методы оптимизации и прогнозирования экономических процессов на предприятии и в отрасли, математико-статистические теории</p> <p>- правила и принципы проведения самостоятельных исследований в области маркетинга</p> <p><u>Уметь:</u></p> <p>- обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями</p> <p>- представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада</p> <p>- ставить исследовательские задачи, строить оптимизационные модели, прогнозировать экономические процессы и на этой основе строить маркетинговые стратегии, осуществлять количественный и качественный анализ маркетинговых</p>	<p>ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-9</p>

	<p>процессов на предприятии и в отрасли - разрабатывать программу проведения самостоятельных исследований в области маркетинга</p> <p><u>Владеть:</u> - способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями - способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада - способностью обосновывать актуальность научной темы, умением разрабатывать проекты нормативных документов, управленческих решений, методами маркетинговой оценки эффективности выполнения стратегий - способностью проведения самостоятельных исследований в области маркетинга в соответствии с разработанной программой</p>	
<p>Технологическая практика</p>	<p><u>Знать:</u> - современные методы управления трудовыми коллективами, проектами и сетями; - методы современного стратегического анализа и технологии маркетинговой деятельности; - современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга - количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга</p>	<p>ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4</p>
	<p><u>Уметь:</u> - использовать современные методы управления трудовыми коллективами, проектами и сетями для решения технологических задач в сфере маркетинга; - применять теоретические знания для разработки корпоративной стратегии; - использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга - 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</p>	
	<p><u>Владеть:</u> - методами управления трудовыми коллективами, проектами и сетями; - методами стратегического планирования; - методами управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга - современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности</p>	
<p>Преддипломная практика</p>	<p><u>Знать:</u> - понятия, сущность и методы анализа и синтеза; - методы построения экономических моделей объектов, явлений и процессов; - методы и приемы саморазвития и самоорганизации в получении и систематизации знаний - современные методы управления трудовыми коллективами, проектами и сетями. - методы современного стратегического анализа и технологии маркетинговой деятельности. - критерии определения актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования - современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга. - количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга - основные методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков - основные методы обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями</p>	<p>ОК-1 ОК-3 ОПК-3 ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-9</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - основные методы представления результатов проведенного исследования - теорию маркетинга, факторы, влияющие на успешность маркетинговых кампаний; экономико-математические методы оптимизации и прогнозирования экономических процессов на предприятии и в отрасли, математико-статистические теории - правила и принципы проведения самостоятельных исследований в области маркетинга <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять проблемы экономического характера при анализе абстрактных и конкретных ситуаций; - развивать свой общекультурный и профессиональный уровень самостоятельно, самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения, использовать свой творческий потенциал. - использовать современные методы управления трудовыми коллективами, проектами и сетями для решения технологических задач в сфере маркетинга. - применять теоретические знания для разработки корпоративной стратегии. - проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования - использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга. - 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 - использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде - представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада - обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями - 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 - разрабатывать программу проведения самостоятельных исследований в области маркетинга <p><u>Этап 3: Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - методологией экономических исследований. - количественными и качественными методами анализа при принятии управленческих решений. - навыками работы с литературой и другими информационными источниками. - методами управления трудовыми коллективами, проектами и сетями. - методами стратегического планирования - способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования - методами управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга. - современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности - методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде - способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями - способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада - способностью обосновывать актуальность научной темы, умением разрабатывать проекты нормативных документов, 	
--	---	--

	<p>управленческих решений, методами маркетинговой оценки эффективности выполнения стратегий</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью проведения самостоятельных исследований в области маркетинга в соответствии с разработанной программой 	
<p>Итоговая (государственная итоговая) аттестация</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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); - методы научных исследований; - особенности логики, методологии и методики научных исследований; - принципы, уровни методологии научных исследований; - основные подходы к классификации научных методов; - понятия, сущность и методы анализа и синтеза; - методы построения экономических моделей объектов, явлений и процессов; - методы теоретического и экспериментального исследования. - критерии определения актуальности и практической значимости проблемы; - основные правила, принципы поведения в нестандартных ситуациях, возникающих в профессиональной деятельности; - принципы эффективного общения, механизмы восприятия и понимания; - основы управления проектом. - особенности логики, методологии и методики научных исследований; - принципы организации научных исследований и особенности деятельности научного сообщества; - критерии определения актуальности и практической значимости использования творческого потенциала; - методы и приемы саморазвития и самоорганизации в получении и систематизации знаний; - 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. - деловую лексику и грамматику иностранного языка в объеме, необходимом для выполнения функции менеджера в межкультурной среде; - принципы межличностных, групповых и организационных коммуникаций; - основы коммуникаций, межличностного и межкультурного взаимодействия; - 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); - 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; - предмет, задачи, основные положения и методики ораторского мастерства, основные характеристики риторики как науки и практики; - основы мастерства публичного выступления; - функциональные, композиционные, грамматические и стилистические особенности публичных выступлений и презентаций. - основные методы руководства коллективом в сфере маркетинга; - принципы эффективной коммуникации в трудовом коллективе. - основные методы исследований в области менеджмента; 	<ul style="list-style-type: none"> ОК-1 ОК-2 ОК-3 ОПК-1 ОПК-2 ОПК-3 ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-9 ПК-10

- основные методы исследований в области маркетинга;
- критерии определения актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования.
- современные стили и модели управления сотрудниками; инновационные подходы управления организациями;
- теоретические основы управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;
- деловую лексику и грамматику иностранного языка в объеме, необходимом для выполнения функции менеджера в межкультурной среде;
- современные стили и модели управления организациями, группами сотрудников, проектами и сетями;
- инновационные подходы управления организациями в сфере маркетинга;
- инновационные подходы управления организациями
- стили и модели управления организациями, группами сотрудников, проектами и сетями
- способы и методы управления, как принимать организационно-управленческие решения.
- теоретические основы корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений;
- методы и принципы разработки корпоративных стратегий маркетинга, программ организационного развития и изменений в различных отраслях и сферах деятельности;
- виды, формы и методы разработки системы управления проектом;
- методы современного стратегического анализа и технологии маркетинговой деятельности.
- методы и способы разработки стратегии поведения экономических агентов на различных рынках.
- специфические особенности управления финансами в корпорациях и организациях различных организационно-правовых форм;
- современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач;
- современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга;
- современные методы управления корпоративными финансами.
- основы обобщения и исследования актуальных проблем управления;
- основные подходы к классификации научных методов;
- количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга;
- количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области поведения потребителей;
- экономические основы операционной деятельности организации;
- связи операционных процессов организации с другими процессами, происходящими в организации;
- количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области рекламы;
- современные методы анализа для оценки внешней среды окружения проекта;
- количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга и PR.
- основные результаты новейших исследований по проблемам менеджмента;
- современные теории и концепции поведения на различных уровнях организации;
- модели поведения экономических агентов и рынков;
- 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;
- методы стратегического маркетингового анализа; теории и методы экономических и социально-экономических об-

следований, литературу, посвященную исследованиям, итоги проводимых исследований в России и за рубежом;

- основные методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков;
- методы экономического и стратегического анализа;
- роль, значение и задачи экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;
- основы построения, расчета и анализа системы показателей, характеризующих поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;
- особенности системного описания социально-экономических явлений; этапы построения управленческих решений;
- основы обобщения и исследования актуальных проблем управления;
- основные подходы к классификации научных методов;
- основные методы обобщения и критической оценки результатов исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями.
- принципы организации научных исследований в сфере профессиональной деятельности;
- правила подготовки и оформления научного текста, требования к его структуре, содержанию и оформлению;
- основные методы представления результатов проведенного исследования.
- принципы организации научных исследований и особенности деятельности научного сообщества;
- правила подготовки и оформления научного текста, требования к его структуре, содержанию и оформлению;
- теорию маркетинга, факторы, влияющие на успешность маркетинговых кампаний;
- экономико-математические методы оптимизации и прогнозирования экономических процессов на предприятии и в отрасли, математико-статистические теории;
- факторы, влияющие на успешность маркетинговых кампаний; экономико-математические методы оптимизации и прогнозирования экономических процессов на предприятии и в отрасли, математико-статистические теории.
- правила и принципы проведения самостоятельных исследований в области маркетинга;
- правила и принципы проведения самостоятельных исследований в области маркетинга и PR.

Уметь:

- с использованием методов абстрактного мышления, анализа и синтеза анализировать альтернативные варианты решения исследовательских задач и оценивать экономическую эффективность реализации этих вариантов;
- выявлять проблемы прикладного характера при анализе абстрактных и конкретных управленческих ситуаций;
- 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;
- 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.
- действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
- ориентироваться в системе процедур управления проектами.
- 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;

- разрабатывать теоретическую модель изучаемого объекта;
- действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
- развивать свой общекультурный и профессиональный уровень самостоятельно;
- самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения;
- использовать свой творческий потенциал;
- 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.
- переводить тексты по специальности с иностранного на русский язык,
- использовать на практике методы межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности;
- аргументировано и логически верно строить устную и письменную речь в деловой коммуникации;
- 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;
- использовать алгоритм подготовки эффективного публичного выступления и презентации,
- определять цель и понимать ситуацию общения;
- учитывать социальные и индивидуальные черты личности собеседника;
- прогнозировать развитие диалога, реакции собеседника;
- создавать и поддерживать благоприятную психологическую атмосферу общения;
- руководить коллективом в сфере маркетинга;
- руководить коллективом, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.
- проводить самостоятельные исследования в области менеджмента, обосновывать актуальность и практическую значимость научного исследования;
- проводить самостоятельные исследования в области маркетинга, обосновывать актуальность и практическую значимость научного исследования;
- проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования.
- применять современные методы руководства на различных иерархических уровнях управления;
- управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;
- переводить тексты по специальности с иностранного на русский язык;
- использовать современные методы управления трудовыми коллективами, проектами и сетями для решения технологических задач в сфере маркетинга
- использовать управленческие знания в различных сферах предпринимательской деятельности и принимать организационно-управленческие решения.
- разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их

реализацию;

- разрабатывать корпоративную стратегию маркетинга, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию для реалий различных отраслей;
- трансформировать и развивать на основе передового опыта организационно-технологические системы управления проектом на всех стадиях его жизненного цикла;
- применять теоретические знания для разработки корпоративной стратегии;
- использовать и применять методы и способы разработки стратегии поведения экономических агентов на различных рынках.
- использовать методы финансового планирования и прогнозирования, в том числе бюджетирования корпоративных финансов организаций;
- использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач организации.
- использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач;
- использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга.
- развивать свой интеллектуальный уровень;
- выявлять проблему исследования;
- определять цель и задачи, объект и предмет, соответствующие теме исследования;
- формулировать идею, замысел, гипотезу исследования;
- разрабатывать теоретическую модель изучаемого объекта;
- готовить аналитические материалы по результатам их применения в различных отраслях и сферах деятельности;
- 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;
- использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области поведения потребителей, готовить аналитические материалы по результатам их применения;
- 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;
- 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;
- 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.
- управлять развитием организации; осуществлять анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений; разрабатывать стратегии развития организации;
- 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;
- проводить эмпирические исследования, на их основе разрабатывать экономические концепции и стратегии, использо-

	<p>вать методы экономических и социально-экономических исследований, собирать и обрабатывать информацию;</p> <ul style="list-style-type: none">- использовать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;- 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;- 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;- 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;- разрабатывать программы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.- выявлять перспективные направления научного развития;- выявлять проблему исследования;- определять цель и задачи, объект и предмет, соответствующие теме исследования;- обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями.- составлять реферативные и библиографические материалы, отчеты, статьи, доклады по тематике научных исследований в социальной и политической сферах;- осуществлять анализ полученных в ходе исследования данных;- представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада.- работать с источниками информации и распределять ресурсы по этапам исследовательской работы;- осуществлять анализ полученных в ходе исследования данных;- 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;- разрабатывать теоретическую модель изучаемого объекта;- 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;- 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.- разрабатывать программу проведения самостоятельных исследований в области маркетинга;- разрабатывать программу проведения самостоятельных исследований в области маркетинга и PR.	
--	--	--

Владеть:

- целостной системой навыков использования абстрактного мышления при решении проблем, возникающих при выполнении исследовательских работ, навыками отстаивания своей точки зрения;
- методологией исследований в менеджменте;
- 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;
- 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;
- количественными и качественными методами анализа при принятии управленческих решений.
- способностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
- навыками поведения в нестандартных ситуациях, возникающих в профессиональной деятельности нести социальную и этическую ответственность за принятые решения
- навыками управления совместной группы проекта.
- основами современной методологии научного познания;
- навыками исследовательской работы в соответствующей теме исследования области знания;
- способностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;
- навыками работы с литературой и другими информационными источниками;
- нормами литературного языка;
- монологической и диалогической речью в различных коммуникативных ситуациях;
- правилами речевого этикета;
- нормами делового этикета;
- простейшими приемами саморегуляции.
- навыками извлечения информации из текстов по проблемам менеджмента;
- навыками межличностных, групповых и организационных коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности;
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;
- нормами литературного языка;
- навыками подготовки различных типов публичных выступлений и презентаций, используя современные информационно-коммуникационные технологии;
- монологической и диалогической речью в различных коммуникативных ситуациях.
- правилами речевого и делового этикета.
- основными методами руководства коллективом в сфере маркетинга;
- законами деловой коммуникации, мастерством создания позитивного социально-психологического климата в коллективе.
- способностью проводить самостоятельные исследования в области менеджмента;
- способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость

избранной темы научного исследования;

- способностью проводить самостоятельные исследования в области маркетинга, обосновывать актуальность и практическую значимость научного исследования
- навыками управленческой деятельности в различных сферах экономики на международном рынке посредством производных инструментов;
- способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;
- навыками извлечения информации из текстов по проблемам менеджмента;
- навыками управленческой деятельности организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями в сфере маркетинга;
- методами управления трудовыми коллективами, проектами и сетями
- способностью и навыками использовать управленческие знания в различных сферах предпринимательской деятельности и принимать организационно-управленческие решения.
- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию;
- современными технологиями маркетингового управления;
- формированием команды управления проектом и управлением командой проекта в различных типах проектов;
- методами стратегического планирования
- способностью и навыками разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках.
- 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;
- методами управления корпоративными финансами для решения стратегических задач в сфере маркетинга;
- современными методами управления корпоративными финансами для решения стратегических задач организации.
- способностью к логическому мышлению;
- навыками исследовательской работы в соответствующей теме исследования области знания;
- экономическим образом мышления;
- современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности;
- современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области поведения потребителей;
- навыками оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций;
- методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения;
- современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области рекламы;
- анализом и формированием инновационной направленности проектов
- современными количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами в области маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности.
- 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;
- навыками чтения и оценки важнейших финансовых документов (отчетности);
- разработкой бюджетов краткосрочного и долгосрочного характера; оценкой предпринимательских, инвестиционных

	<p>и финансовых рисков и др. факторов, влияющих на эффективность финансового управления в сфере корпоративных финансов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; - навыками оценки влияния инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) компании; - методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; - методами оценки инвестиционных проектов; - современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровне - навыками исследования и обоснования проблем управления на основе отечественного и зарубежного опыта; - навыками исследовательской работы в соответствующей теме исследования области знания; - способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления маркетингом, полученные отечественными и зарубежными исследователями. - методами реферирования и анализа научных текстов и написания отчетов, статей, докладов; - навыками поиска, отбора и обработки информации; - навыками описания, объяснения и систематизации данных; - способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада. - методами редактирования и анализа научных текстов, навыками подготовки публикаций, обзоров и аннотаций в сфере профессиональной деятельности; - навыками поиска, отбора и обработки информации; - навыками описания, объяснения и систематизации данных; - способностью обосновывать актуальность научной темы; - умением разрабатывать проекты нормативных документов, управленческих решений; - методами маркетинговой оценки эффективности выполнения стратегий. - способностью проведения самостоятельных исследований в области маркетинга в соответствии с разработанной программой; - способностью проведения самостоятельных исследований в области маркетинга и PR в соответствии с разработанной программой 	
<p>Предпринимательская деятельность</p>	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - способы и методы управления, как принимать организационно-управленческие решения. - методы и способы разработки стратегии поведения экономических агентов на различных рынках. 	<p>ПК-1 ПК-2</p>
	<p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать управленческие знания в различных сферах предпринимательской деятельности и принимать организационно-управленческие решения. - использовать и применять методы и способы разработки стратегии поведения экономических агентов на различных рынках. 	
	<p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью и навыками использовать управленческие знания в различных сферах предпринимательской деятель- 	

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