

## ПРОГРАММА СПЕЦИАЛЬНОСТИ

### Образовательная программа специальности 6М051100 – Маркетинг Уровень – *Магистратура*

#### *Цели образования по специальности 6М051100 – Маркетинг*

Основной целью образования по специальности 6М051100 – Маркетинг является:

- подготовка высококвалифицированных кадров, востребованных на рынке труда в условиях высокой конкуренции и быстро меняющейся среды;
- формирование систематизированных знаний в области экономики и бизнеса, применение инновационных технологий изучения общих закономерностей;
- формирование ключевых и специальных компетенций магистров, обладающих высокой социальной и гражданской ответственностью, готовностью к эффективному осуществлению профессиональной деятельности;
- освоение основ научно-исследовательских и экспериментальных методов наблюдения и анализа экономических процессов и явлений;
- формирование общечеловеческих и социально-личностных ценностей в контексте научного мышления и мировоззрения.

#### **1. Перечень квалификаций и должностей**

Выпускнику данной образовательной программы присуждается степень:

- ✓ *научно-педагогическое направление:* Магистр экономических наук по специальности 6М051100 – Маркетинг;
- ✓ *профильное направление:* Магистр экономики и бизнеса по специальности 6М051100 – Маркетинг.
- ✓ *Магистр экономических наук* в соответствии с Типовыми квалификационными характеристиками должностей педагогических работников и приравненных к ним лиц, утвержденными приказом Министра образования и науки Республики Казахстан от 13 июля 2009 года № 338, с изменениями и дополнениями от 09 июня 2011 года № 241, 27 декабря 2013 № 512, без предъявления требований к стажу работы может занимать должности:
  - преподаватель (ассистент);
  - преподаватель специальных дисциплин;в соответствии с Квалификационным справочником должностей руководителей, специалистов и других служащих, утвержденным приказом Министра труда и социальной защиты населения Республики Казахстан от 21 мая 2012 года № 201-п-м:
  - младший научный сотрудник (при наличии рекомендаций советов высших учебных заведений (факультетов) на должность младшего научного сотрудника могут быть назначены в порядке исключения выпускники высших учебных заведений (магистратуры), получившие опыт работы в период обучения).

✓ **Магистр экономики и бизнеса** в соответствии с Квалификационным справочником должностей руководителей, специалистов и других служащих, утвержденным приказом Министра труда и социальной защиты населения Республики Казахстан от 21 мая 2012 года № 201-п-м, без предъявления требований к стажу работы может занимать должности:

- специалист;
- координатор продаж (супервайзер);
- специалист по маркетингу;
- координатор продаж (супервайзер);
- дилер;
- торговый брокер;
- менеджер.

## **2. Квалификационная характеристика выпускника образовательной программы**

### **2.1 Сфера профессиональной деятельности**

Выпускник по специальности 6М051100 – Маркетинг (квалификационный уровень по НРК – 7) осуществляет свою профессиональную деятельность:

- ✓ **научно-педагогическое направление** – в сфере образования и науки;
- ✓ **профильное направление** – в сфере производства и коммерции.

### **2.2 Объекты профессиональной деятельности**

Объектами профессиональной деятельности выпускников магистратуры по специальности «6М051100 – Маркетинг» являются:

#### ✓ **научно-педагогическое направление:**

- научно-исследовательские организации, связанные с решением управленческих проблем;
- среднепрофессиональные и высшие учебные заведения;
- органы государственного и местного управления;
- организации всех форм собственности, независимо от отрасли и сферы деятельности;

#### ✓ **профильное направление:**

- органы государственного и местного управления;
- организации всех форм собственности, независимо от отрасли и сферы деятельности.

### **2.3 Предмет профессиональной деятельности:**

Предметами профессиональной деятельности по специальности 6М051100 – Маркетинг являются:

#### ✓ **магистр экономических наук:**

- исследование форм проявления и действия экономических законов на развитие производственных и коммерческих процессов в конкретных условиях отрасли или отдельного предприятия;
- организация и осуществление учебного процесса с использованием инновационных методов и средств;

- управление производственной или коммерческой деятельностью предприятия, учреждения, организации, направленной на получение прибыли за счет стабильного функционирования, поддержания деловой репутации и в соответствии с предоставленными полномочиями и выделенными ресурсами;
- организация и осуществление производственной и коммерческой деятельности предприятий, направленной на повышение прибыли и рентабельности производства;
- организация эффективного использования ресурсов производственной и коммерческой деятельности предприятий и организаций, направленной на достижение наибольших результатов при существующих затратах материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

✓ ***магистр экономики и бизнеса:***

- управление производственной или коммерческой деятельностью предприятия, учреждения, организации, направленной на получение прибыли за счет стабильного функционирования, поддержания деловой репутации и в соответствии с предоставленными полномочиями и выделенными ресурсами;
- организация и осуществление производственной и коммерческой деятельности предприятий, направленной на повышение прибыли и рентабельности производства;
- организация эффективного использования ресурсов производственной и коммерческой деятельности предприятий и организаций, направленной на достижение наибольших результатов при существующих затратах материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- определение экономической эффективности организации труда и производства, внедрения новой техники и технологии, инновационных предложений и изобретений.

**2.4 Виды профессиональной деятельности**

Выпускники магистратуры по специальности 6М051100 – Маркетинг могут выполнять следующие виды профессиональной деятельности:

✓ ***Научно-педагогическое направление:***

- организационно-управленческая;
- информационно-аналитическая;
- научно-исследовательская;
- образовательная (педагогическая).

✓ ***Профильное направление:***

- организационно-управленческая;
- информационно-аналитическая;
- научно-исследовательская.

**2.5 Функции профессиональной деятельности**

Функциями профессиональной деятельности *магистра экономических наук* по специальности 6М051100 – Маркетинг являются:

- обучающая;
- воспитательная;

- научно-исследовательская;
- экономико-организационная;
- управленческая;
- аналитическая;
- консультационная.

Функциями профессиональной деятельности *магистра экономики и бизнеса* по специальности 6М051100 – Маркетинг являются:

- экономико-организационная;
- управленческая;
- научно-исследовательская;
- аналитическая;
- консультационная.

### **2.6 Типовые задачи профессиональной деятельности**

Типовые задачи профессиональной деятельности выпускника образовательной программы по специальности 6М051100 – Маркетинг соответствуют видам профессиональной деятельности:

#### **✓ в области организационно-управленческой деятельности:**

- разработка стратегий развития коммерческой деятельности предприятий или учреждений и реализация мероприятий, направленных на их реализацию;
- оценка социально-экономической эффективности стратегии развития предприятий и организаций;
- разработка проектов коммерческой деятельности предприятий и организаций и инструментов их реализации с учетом изменяющейся среды;
- разработка и осуществление мероприятий по укреплению, развитию, обеспечению и совершенствованию материально-технической базы коммерческой деятельности;
- управление коммерческой деятельностью в организации или ее подразделениях;

#### **✓ в области информационно-аналитической деятельности:**

- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений в коммерческой деятельности предприятия;
- анализ и оценка эффективности организационного развития;
- анализ и моделирование процессов организационного развития и управления коммерческой деятельностью;
- участие в поиске и обработке экономической информации с использованием информационно-коммуникационных средств и технологий.

#### **✓ в области научно-исследовательской деятельности:**

- выявление и формулирование актуальных научных проблем в отрасли или сфере деятельности;
- разработка программ научных исследований и разработок, организация их выполнения;
- разработка организационно-управленческих моделей процессов, явлений и объектов, оценка и интерпретация результатов;

- подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций;
- определение эффективных методов управленческого воздействия.
- ✓ **в области педагогической деятельности:**
  - разработка образовательных программ и учебно-методических материалов для преподавания маркетинговых дисциплин в высших и средних профессиональных учебных заведениях;
  - преподавание маркетинговых дисциплин в общеобразовательных учреждениях, образовательных учреждениях высшего профессионального и среднего профессионального образования, а также в образовательных учреждениях дополнительного профессионального образования.

### **2.7 Содержание профессиональной деятельности**

Содержание профессиональной деятельности по специальности 6М051100 – Маркетинг:

- ✓ **магистр экономических наук:**
  - участие в организации и реализации учебного процесса;
  - участие в развитии научно-методологической и организационно-технологической базы образовательной деятельности;
  - обобщение и критическая оценка результатов, полученных отечественными и зарубежными исследователями, выявление перспективных направлений исследований, составление программ исследований;
  - участие в создании информационной и аналитической базы управленческой деятельности предприятий;
  - организация процессов коммерческой деятельности и управления ресурсами предприятий;
  - оценка эффективности организационно-коммерческой деятельности предприятий;
  - разработка предложений и рекомендаций по повышению эффективности коммерческой деятельности предприятий и организаций.
- ✓ **магистр экономики и бизнеса:**
  - разработка мероприятий по эффективной реализации коммерческой деятельности;
  - формирование информационной и аналитической базы управления производственной и коммерческой деятельностью;
  - организация производства, обеспечение технологических процессов необходимыми информационно-аналитическими ресурсами;
  - проведение анализа эффективности управленческих решений, контроль эффективности коммерческой деятельности;
  - реализация коммерческой деятельности в соответствии с современными требованиями.

### **3. Результаты обучения (общие компетенции)**

Результаты обучения магистра экономических наук по специальности 6М051100 – Маркетинг (7-й квалификационный уровень НРК) в соответствии с Дублинскими дескрипторами второго уровня обучения предполагают способности:

- демонстрировать развивающие знания и понимание, полученные на уровне высшего образования, которые являются основой или возможностью для оригинального развития и применения идей, часто в контексте научных исследований;
- применять знания, понимание и способность решать проблемы в новых или незнакомых ситуациях в контекстах и рамках более широких (или межнациональных) областей, связанных с изучаемой областью;

- интегрировать знания, справляться со сложностями и выносить суждения на основе неполной или ограниченной информации с учетом этической и социальной ответственности за применение этих суждений и знаний;
- четко и ясно сообщать свои выводы и знания и их обоснование специалистам и неспециалистам;
- продолжать обучение самостоятельно.

### **3.1 Ключевые компетенции**

#### **3.1.1 Требования к ключевым компетенциям магистра экономических наук по специальности 6М051100 – Маркетинг (2 года):**

##### **1) иметь представление:**

- о роли науки и образования в общественной жизни;
- о современных тенденциях в развитии научного познания;
- об актуальных методологических и философских проблемах естественных (социальных, гуманитарных, экономических) наук;
- о профессиональной компетентности преподавателя высшей школы;
- о противоречиях и социально-экономических последствиях процессов глобализации.

##### **2) знать:**

- методологию научного познания;
- принципы и структуру организации научной деятельности;
- психологию познавательной деятельности студентов в процессе обучения;
- психологические методы и средства повышения эффективности и качества обучения.

##### **3) уметь:**

- использовать полученные знания для оригинального развития и применения идей в контексте научных исследований;
- критически анализировать существующие концепции, теории и подходы к анализу процессов и явлений;
- интегрировать знания, полученные в рамках разных дисциплин для решения исследовательских задач в новых незнакомых условиях;
- путем интеграции знаний выносить суждения и принимать решения на основе неполной или ограниченной информации;
- применять знания педагогики и психологии высшей школы в своей педагогической деятельности;
- применять интерактивные методы обучения;
- проводить информационно-аналитическую и информационно-библиографическую работу с привлечением современных информационных технологий;
- креативно мыслить и творчески подходить к решению новых проблем и ситуаций;
- свободно владеть иностранным языком на профессиональном уровне, позволяющим проводить научные исследования и осуществлять преподавание специальных дисциплин в вузах;
- обобщать результаты научно-исследовательской и аналитической работы в виде диссертации, научной статьи, отчета, аналитической записки и др.

##### **4) иметь навыки:**

- научно-исследовательской деятельности, решения стандартных научных задач;
- осуществления образовательной и педагогической деятельности по кредитной технологии обучения;
- методики преподавания профессиональных дисциплин;
- использования современных информационных технологий в образовательном процессе;
- профессионального общения и межкультурной коммуникации;
- ораторского искусства, правильного и логичного оформления своих мыслей в устной и письменной форме;
- расширения и углубления знаний, необходимых для повседневной профессиональной деятельности и продолжения образования в докторантуре.

**5) быть компетентным:**

- в области методологии научных исследований;
  - в области научной и научно-педагогической деятельности в высших учебных заведениях;
  - в вопросах современных образовательных технологий;
  - в выполнении научных проектов и исследований в профессиональной области;
- в способах обеспечения постоянного обновления знаний, расширения профессиональных навыков и умений.

**3.1.2 Требования к ключевым компетенциям магистра экономики и бизнеса по специальности 6М051100 – Маркетинг (1 год):**

**1) иметь представление:**

- о современных тенденциях в развитии научного познания;
- об актуальных методологических и философских проблемах естественных (социальных, гуманитарных, экономических) наук;
- о противоречиях и социально-экономических последствиях процессов глобализации;
- о современном состоянии экономической, политической, правовой, культурной и технологической среды мирового бизнес-партнерства;
- об организации стратегического управления предприятием, инновационного менеджмента, теориях лидерства;
- об основных финансово-хозяйственных проблемах функционирования предприятий.

**2) знать:**

- методологию научного познания;
- основные движущие силы изменения структуры экономики;
- особенности и правила инвестиционного сотрудничества;
- не менее чем один иностранный язык на профессиональном уровне, позволяющим проводить научные исследования и практическую деятельность.

**3) уметь:**

- применять научные методы познания в профессиональной деятельности;
- критически анализировать существующие концепции, теории и подходы к изучению процессов и явлений;

- интегрировать знания, полученные в рамках разных дисциплин, использовать их для решения аналитических и управленческих задач в новых незнакомых условиях;
- проводить микроэкономический анализ хозяйственной деятельности предприятия и использовать его результаты в управлении предприятием;
- применять на практике новые подходы к организации маркетинга и менеджмента;
- принимать решения в сложных и нестандартных ситуациях в области организации и управления хозяйственной деятельностью предприятия (фирмы);
- применять на практике нормы законодательства Республики Казахстан в области регулирования экономических отношений;
- креативно мыслить и творчески подходить к решению новых проблем и ситуаций;
- проводить информационно-аналитическую и информационно-библиографическую работу с привлечением современных информационных технологий;
- обобщать результаты экспериментально-исследовательской и аналитической работы в виде магистерской диссертации, статьи, отчета, аналитической записки и др.

**4) иметь навыки:**

- решения стандартных научных и профессиональных задач;
- научного анализа и решения практических проблем в организации и управлении экономической деятельностью организаций и предприятий;
- исследования проблем в области менеджмента и маркетинга и использовать полученные результаты для совершенствования методов управления предприятием;
- профессионального общения и межкультурной коммуникации;
- ораторского искусства, правильного и логичного оформления своих мыслей в устной и письменной форме;
- расширения и углубления знаний, необходимых для повседневной профессиональной деятельности и продолжения образования в докторантуре;
- использования информационных и компьютерных технологий в сфере профессиональной деятельности.

**5) быть компетентным:**

- в области методологии исследований по специальности;
- в области современных проблем мировой экономики и участия национальных экономик в мирохозяйственных процессах;
- в организации и управлении деятельностью предприятия;
- в осуществлении производственных связей с различными организациями, в том числе органов государственной службы;
- в способах обеспечения постоянного обновления знаний, расширения профессиональных навыков и умений.

### **3.2 Специальные компетенции**

#### **3.2.1 Научно-педагогическое направление:**

✓ ***A – знание и понимание:***

A1 – знание целей и задач научной, педагогической и управленческой деятельности;

A2 – понимание методологических и научных подходов в организации и развитии маркетинговой деятельности;

A3 – широкое и глубокое знание закономерностей развития и функционирования экономических систем, сущности экономических явлений и процессов, фундаментальных экономических законов и теорий;

A4 – знание отраслевых, региональных, национальных и глобальных проблем экономического развития;

A5 – знание об актуальных методологических проблемах экономических наук, современном состоянии экономической среды мирового бизнес-партнерства;

A6 – знание экономических категорий анализа современных проблем развития маркетинга;

A7 – знание теоретических основ реализации инновационных технологий в маркетинге.

✓ ***B – применение знаний и пониманий:***

B1 – применение теоретических знаний для осуществления эффективной коммерческой деятельности, направленной на повышение конкурентоспособности предприятий и организации;

B2 – применение и интегрирование знаний, полученных в рамках изучения экономических дисциплин, их использование для решения аналитических и управленческих задач в новых меняющихся условиях;

B3 – владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;

B4 – подготовка аналитических материалов для управления бизнес-процессами и научной оценки их эффективности;

B5 – использование различных методов принятия управленческих решений в маркетинговой деятельности предприятий и организаций;

B6 – навыки принятия решений организационно-экономического характера в сложных и нестандартных ситуациях.

✓ ***C – формирование суждений:***

C1 – формирование системного мышления в области экономики;

C2 – независимость и креативность мышления, критические, аналитические, диагностические, исследовательские навыки;

C3 – формирование представлений о значимости профессии специалиста по маркетингу и соблюдение принципов профессиональной этики;

C4 – формирование суждений о развитии маркетинговой деятельности предприятия, мотивированных управленческих решениях;

C5 – способность к комплексному анализу и формированию суждений о глобальных экономических проблемах;

C6 – оценка, экспертное суждение в области экономики и бизнеса.

✓ ***D – личностные способности:***

D1 – наличие профессиональных качеств, владение технологиями общения, стратегиями коммуникаций;

D2 – готовность к созданию новых ценностей, принятию творческих решений, толерантность и способность к сотрудничеству;

D3 – стремление к развитию интеллектуальных, морально-нравственных, организационно-управленческих навыков;

D4 – стремление к самообразованию и самореализации, творческому применению приобретенных компетенций;

D5 – способность к анализу закономерностей становления и развития научного знания, творческий подход к решению новых задач;

D6 – способность вносить вклад в повышение эффективности маркетинга посредством научной организации труда и оригинальных исследований, расширяющих рамки существующих знаний.

### **3.2.2 Профильное направление:**

#### **✓ А – знание и понимание:**

A1 – понимание целей и задач управленческой деятельности;

A2 – знание направлений предпринимательской деятельности организации, перспектив развития, опыта аналогичных отечественных и зарубежных фирм;

A3 – знание законодательных и иных нормативно-правовых актов в сфере коммерческой деятельности, маркетинга, гражданского и трудового права, правил безопасности и охраны труда;

A4 – знание методов хозяйствования, закономерностей и особенностей развития экономики, конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка;

A5 – знание методов проведения маркетинговых исследований, технических средств сбора и обработки информации, связи и коммуникаций, информационных технологий и операционных систем;

A6 – знание практики применения новых подходов к организации маркетинга.

#### **✓ В – применение знаний и пониманий:**

B1 – осуществление маркетинговой деятельности организации, направленной на повышение эффективности и рентабельности производства;

B2 – навыки компьютерного моделирования;

B3 – владение методами оценки поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;

B4 – подготовка аналитических материалов для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности;

B5 – принятие управленческих решений в различных рыночных ситуациях;

B6 – применение знаний теории и методологии планирования и управления инновационной деятельностью предприятий.

#### **✓ С – формирование суждений:**

C1 – формирование системного мышления в области экономики;

C2 – независимость мышления, критические, аналитические, диагностические навыки;

C3 – формирование представлений о значимости профессии специалиста по маркетингу и соблюдение принципов профессиональной этики;

C4 – формирование суждений о развитии маркетинговой деятельности предприятия, мотивированных управленческих решениях;

C5 – способность к комплексному анализу и формированию суждений о глобальных экономических проблемах;

C6 – самостоятельность выводов при анализе развития рынка товаров и услуг.

✓ **D – личностные способности:**

D1 – наличие профессиональных качеств, владение технологиями общения, стратегиями коммуникаций;

D2 – готовность к созданию новых ценностей, принятию творческих решений, толерантность и способность к сотрудничеству;

D3 – стремление к развитию интеллектуальных, морально-нравственных, коммуникативных, организационно-управленческих навыков;

D4 – стремление к самообразованию и самореализации, творческому применению приобретенных компетенций;

D5 – инновационный подход к решению новых задач;

D6 – способность вносить вклад в повышение эффективности маркетинга посредством научной организации труда и рациональных предложений и разработок.

#### **4. Стратегии и методы обучения**

Общие результаты обучения по программе специальности 6М051100 – Маркетинг (7-й квалификационный уровень НРК) будут достигнуты посредством следующих учебных мероприятий:

1) *аудиторные занятия*: лекции, семинары – проводятся в интерактивной форме с учетом новейших достижений науки и технологий, с использованием инновационных технологий обучения;

2) *внеаудиторные занятия*: самостоятельная работа обучающегося, в том числе под руководством преподавателя, индивидуальные консультации;

3) проведение педагогической и исследовательской практик (*для научно-педагогического направления*) и производственной практики (*для профильного направления*), подготовка диссертационной работы.

Содержание образовательной программы специальности позволяет освоить обучающимся систему предметных, межпредметных, знаний, продемонстрировать знание и понимание в области экономики, менеджмента, маркетинга и др., применять эти знания и понимание на профессиональном уровне.

Лекции, семинары, различные виды практик на протяжении всей программы предоставят магистрантам широкие возможности для развития ключевых и специальных компетенций по специальности 6М051100 – Маркетинг, в частности применение теоретических знаний и практических навыков по маркетингу в отраслях и сферах деятельности, с учетом конкретных условий, рациональное и креативное использование в профессиональной деятельности принципов и инструментов маркетинга.

Руководство профессорско-преподавательского состава самостоятельной работой магистрантов, индивидуальные консультации позволят развивать магистрантам учебные и научно-исследовательские навыки. Кроме того, магистранты выпускного курса работают над магистерской диссертацией (*научно-педагогическое направление*) или магистерским проектом (*профильное направление*) по выбранной теме под персональным руководством научного руководителя.

#### **5. Контроль и оценка результатов обучения**

При подготовке магистрантов (7-й квалификационный уровень НРК) программа специальности 6М051100 – Маркетинг предусматривает широкий диапазон различных форм контроля и оценки предполагаемых результатов обучения, соответствующих направлению подготовки:

текущий и рубежный контроль (опрос на занятиях, тестирование по темам учебной дисциплины, презентация индивидуальных и групповых проектов, решение ситуационных заданий, аннотирование и реферирование научных работ, портфолио, участие в деловых играх, дискуссии, коллоквиумы и др.), промежуточная аттестация (тестирование по разделам учебной дисциплины, экзамен, защита отчетов по практикам), итоговая государственная аттестация (защита магистерской диссертации, комплексный экзамен).

Методы оценки имеют целью развитие критического мышления, аналитических способностей, интеллектуальных, письменных и устных коммуникативных, презентационных навыков, научно-практических исследований, навыков проектной деятельности в зависимости от направления подготовки.

Программа специальности включает педагогическую практику (*научно-педагогическое направление*), производственную практику (*профильное направление*), что позволяет магистрантам освоить практико-ориентированные знания по планированию и организации учебно-педагогической деятельности, методике преподавания маркетинга, применения в учебном процессе инновационных технологий обучения маркетингу и коммерции, а также навыки по планированию и организации и управлению коммерческой деятельностью.

Исследовательская практика (*научно-педагогическое направление*) имеет целью развитие способности обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования, осуществлять поиск, сбор, обработку, анализ и систематизацию информации по теме исследования.

## 6. Матрица дисциплин учебного плана и специальных компетенций

### 6.1 Научно-педагогическое направление:

№	Дисциплина	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	B1	B2	B3	B4	B5	B6	C1	C2	C3	C4	C5	C6	D1	D2	D3	D4	D5	D6
1.	Организация и планирование научных исследований	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*		*	*		*	*	*	*	*
2.	Методология научных исследований	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*		*	*		*	*	*	*	*
3.	Маркетинг-менеджмент	*	*	*			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*				*			*	*	*
4.	Рекламный рынок			*	*	*	*	*		*		*	*		*	*	*		*		*		*	*	*	
5.	Стратегический маркетинг	*	*	*	*			*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*		
6.	Управление конкурентоспособностью предприятия	*	*	*	*			*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*		*
7.	Теория и практика маркетинга в индустрии сервиса	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
8.	Маркетинг взаимоотношений	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		
9.	Стратегии регионального маркетинга		*	*	*	*	*		*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	
10.	Стратегии международного маркетинга	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	
11.	Технологии управления торговыми марками	*	*	*	*		*	*	*	*	*		*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*
12.	Практика маркетинговых исследований	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

13.	Технологии промышленного маркетинга		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
14.	Маркетинг инноваций	*			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
15.	Маркетинговый анализ	*			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
16.	Поведение потребителей		*	*	*			*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*				
17.	Маркетинг в малом бизнесе	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
18.	Инновационные методы маркетинговых исследований	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
19.	Электронные системы в маркетинге	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
20.	Операционный маркетинг	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
21.	Антикризисный PR	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
22.	Коммуникации маркетинга	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*		*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
23.	Научно-исследовательская работа	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	
24.	Педагогическая практика	*	*	*				*	*	*		*			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
25.	Исследовательская практика	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

<p>✓ <b><i>А - знание и понимание:</i></b>  A1 – знание целей и задач научной, педагогической и управленческой деятельности;  A2 – понимание методологических и научных подходов в организации и развитии маркетинговой деятельности;  A3 – знание закономерностей развития и функционирования экономических систем; сущности экономических явлений и процессов, фундаментальных экономических законов и теорий;  A4 – знание отраслевых, региональных, национальных и глобальных проблем экономического развития;  A5 – знание об актуальных методологических проблемах экономических наук; и о современном состоянии экономической среды мирового бизнес-партнерства;  A6 – знание основных экономических категорий, позволяющих анализировать современные проблемы развития маркетинга;  A7 – знание теоретических основ реализации инновационных технологий в маркетинге.</p>	<p>✓ <b><i>С - формирование суждений:</i></b>  C1 – формирование системного мышления и восприятия важнейших аспектов экономических отношений с учетом приоритетов экономического развития страны;  C2 – формирование независимого мышления, критических, аналитических, диагностических навыков;  C3 – формирование представления о значимости профессии специалиста по маркетингу и соблюдение принципов профессиональной этики;  C4 – формирование способности к решению проблем в процессе маркетинговой деятельности предприятия и принятию важных управленческих решений; знания основ экономической науки в суждении и принятии маркетинговых решений в различных рыночных ситуациях, управленческого консалтинга, экономического планирования;  C5 – формирование способности к комплексному анализу и формированию суждений о глобальных экономических проблемах;  C6 – формирование суждения в области осуществления экономических связей с различными организациями, в том числе органов государственной службы.</p>
<p>✓ <b><i>В - применение знаний и пониманий:</i></b>  B1 – применение теоретических знаний для осуществления</p>	<p>✓ <b><i>Д - личностные способности:</i></b>  D1 – наличие профессиональных качеств, владение технологиями общения,</p>

<p>эффективной коммерческой деятельности, направленной на повышение конкурентоспособности предприятий и организации;</p> <p>V2 – применение и интегрирование знаний, полученных в рамках изучения экономических дисциплин, использование их для решения аналитических и управленческих задач в новых меняющихся условиях;</p> <p>V3 – владением методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;</p> <p>V4 – подготовка аналитических материалов для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности;;</p> <p>V5 – применение знаний о методах принятия управленческих решений в маркетинговой деятельности предприятий и организаций;</p> <p>V6 – применение знаний о принятии решений в сложных и нестандартных ситуациях в области организации и управления хозяйственной деятельностью предприятия.</p>	<p>стратегиями коммуникаций;</p> <p>D2 – готовность к созданию новых ценностей, принятию творческих решений, толерантность и способность к сотрудничеству;</p> <p>D3 – стремление к развитию интеллектуальных, морально-нравственных, организационно-управленческих навыков;</p> <p>D4 – стремление к самообразованию и самореализации, творческому применению приобретенных знаний;</p> <p>D5 – способность анализировать закономерности становления и развития научного знания, навыки креативного мышления и творческого подхода к решению новых задач;</p> <p>D6 – способность вносить вклад в повышение эффективности маркетинга посредством организации научного труда и оригинальных исследований, расширяющих рамки существующих знаний.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Программа специальности включает дисциплины История и философия науки, Педагогика, Психология, Иностранный язык, обучение которым направлено на формирование и развитие соответствующих ключевых компетенций магистра экономических наук по специальности 6М051100 – Маркетинг, изложенных в п. 3.1.

### 6.2 Профильное направление:

№	Дисциплина	A1	A2	A3	A4	A5	A6	B1	B2	B3	B4	B5	B6	C1	C2	C3	C4	C5	C6	D1	D2	D3	D4	D5	D6
1.	Менеджмент	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*				*		*	*	*	*	*
2.	Организация и планирование научных исследований	*	*	*	*	*	*		*		*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*
3.	Маркетинг-менеджмент	*	*	*	*	*		*		*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
4.	Рекламный рынок		*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
5.	Стратегический маркетинг	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*
6.	Теория и практика маркетинга в индустрии сервиса	*	*	*	*	*		*		*		*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*	*
7.	Стратегии регионального маркетинга	*	*	*	*	*		*		*			*	*	*		*	*	*	*		*	*	*	*
8.	Маркетинг инноваций		*	*	*	*		*		*			*	*	*		*	*	*	*		*	*	*	*
9.	Маркетинг в малом бизнесе	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*
10.	Экспериментально-исследовательская работа	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*	*



Программа специальности также включает дисциплины Психология, Иностранный язык, обучение которых направлено на формирование и развитие соответствующих ключевых компетенций магистра экономики и бизнеса по специальности 6M051100 – Маркетинг, изложенных в п.6.2.

## 7. Структура и нормы распределения компонентов образовательной программы 6M051100 – Маркетинг

### 7.1 Научно-педагогическое направление

№	Виды деятельности	Количество кредитов	Количество недель	Общий объем в часах
1	Теоретическое обучение (1:2)	42	45	1890
2	Научно-исследовательская работа магистранта, включая выполнение магистерской диссертации, проводимой без отрыва от теоретического обучения (1:7)	3	-	360
	Научно-исследовательская работа магистранта, включая выполнение магистерской диссертации (1:7)	4	9	480
3	Итоговая аттестация (1:6)	4	8	420
	<b>ИТОГО:</b>	<b>53</b>	<b>62</b>	<b>3150</b>
4	Практика (педагогическая), проводимая без отрыва от теоретического обучения (1:1)	3	-	90
5	Практика (исследовательская) (1:7)	3	12	360
6	Каникулы		13	
7	Экзаменационная сессия		9	
	<b>ВСЕГО:</b>	<b>59</b>	<b>96</b>	<b>3600</b>

### 7.2 Профильное направление

№	Виды деятельности	Количество кредитов	Количество недель	Общий объем в часах
1	Теоретическое обучение (1:2)	18	15	810
2	Экспериментально-исследовательская работа магистранта, включая выполнение магистерской диссертации, проводимой без отрыва от теоретического обучения (1:7)	4	-	480
3	Итоговая аттестация (1:6)	4	8	420
	<b>ИТОГО:</b>	<b>26</b>	<b>23</b>	<b>1710</b>
4	Практика (производственная), проводимая с отрывом от теоретического обучения (1:1)	2	5	60
6	Каникулы		2	

7	Экзаменационная сессия		4	
		<b>ВСЕГО:</b>	<b>28</b>	<b>34</b>
				<b>1770</b>

Обучающийся по специальности 6М051100 – Маркетинг для получения степени:

✓ *магистра экономических наук* должен освоить не менее 42 кредитов теоретического обучения, не менее 6 кредитов практики и не менее 7 кредитов научно-исследовательской работы, 3 кредитов НИРМ (по 1 кредиту на каждый семестр) и 3 кредитов педагогической практики параллельно с теоретическим обучением без отрыва от учебного процесса;

✓ *магистра экономики и бизнеса* – не менее 18 кредитов теоретического обучения, не менее 2 кредитов производственной практики и не менее 4 кредитов экспериментально-исследовательской работы.