ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ (УНИВЕРСИТЕТ) МИД РОССИИ»

Утверждена решением Ученого совета МГИМО МИД России от 12 апреля 2022 года № 15/22

«УТВЕРЖДАЮ»

Г.П. Толстопятенко
Первый проректор

«12» апреля 2022 г.

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

высшего образования

Направление подготовки
38.04.06 Торговое дело

Магистерская программа «Отраслевой маркетинг товаров и услуг»

Квалификация **Магистр**

Москва - 2022

Содержание

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ 4

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело 4

1.2. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» 4

1.3. Перечень сокращений 6

Раздел 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ 6

2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников 6

2.2. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников 7

Раздел 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 11

3.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками 11

3.2. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения 11

3.3. Общепрофессиональные компетенции выпускников 14

3.4. Обязательные профессиональные компетенции выпускников 16

Раздел 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОПОП 19

4.1 Требования к структуре и содержанию основной профессиональной образовательной программы «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело 19

4.2 Календарный учебный график основной профессиональной образовательной программы «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело 19

4.3 Учебный план основной профессиональной образовательной программы «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело 19

4.4. Рабочие программы дисциплин (модулей) и практик 21

4.5. Фонды оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам 21

4.6. Программы государственной итоговой аттестации 21

Раздел 5. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 22

5.1. Общесистемные условия реализации основной профессиональной образовательной программы «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» по направлению подготовки 38.04.06

Торговое дело 22
5.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение основной профессиональной образовательной программы «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело 23
5.3. Кадровое обеспечение реализации основной профессиональной образовательной программы «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело 33
5.4. Финансовые условия реализации основной профессиональной образовательной программы «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело 34
5.5 Механизм оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по основной профессиональной образовательной программе Отраслевой маркетинг товаров и услуг» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело 34
Раздел 6. СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 35

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело

Назначение основной профессиональной образовательной программы «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» (далее – ОПОП), разработанной Федеральным государственным автономным образовательным учреждением высшего образования «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации» (далее – МГИМО или «Университет») по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело на основе соответствующего Образовательного стандарта высшего образования МГИМО МИД России (далее ОС ВО) - подготовка выпускника, который способен, опираясь на полученные углубленные знания, умения и сформированные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности в сфере маркетинга компаний различных отраслей народного хозяйства.

ОПОП отражает компетентностно-квалификационную характеристику выпускника, содержание и организацию образовательного процесса и государственной итоговой аттестации выпускников. Она регламентирует цели, ожидаемые результаты обучения, содержание и структуру основной профессиональной образовательной программы, условия и технологии реализации образовательного процесса, содержит фонд оценочных средств, включает учебный план, календарный учебный график, рабочие программы дисциплин, практик, государственной итоговой аттестации.

1.2. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело «Отраслевой маркетинг товаров и услуг»

1.2.1. Миссия, цели и задачи основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело «Отраслевой маркетинг товаров и услуг»

Миссия ОПОП ВО «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» состоит в подготовке конкурентоспособных, высококвалифицированных специалистов - маркетологов, способных к творческому решению теоретических и практических задач профессиональной деятельности в современных условиях на основе развития навыков, умений и компетенций в соответствии с принятыми образовательными стандартами, необходимых будущему специалисту в области маркетинга и торгового дела в сочетании с требованиями передовых инновационных технологий. Цели и задачи ОПОП ВО выстраиваются в соответствии с указанной миссией.

Магистерская программа «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» нацелена на подготовку отраслевых маркетологов под запрос рынка. Подготовка осуществляется по следующим специализациям:

- «Маркетинг товаров категории люкс» - подготовка квалифицированных специалистов, способных разрабатывать маркетинговую программу для люксовых брендов, эффективно управлять продуктовым ассортиментом, а так же для формирования у слушателей понимания современной конкурентоспособности субъектов индустрии люкса и развития навыков использования эффективных маркетинговых инструментов. В качестве основной

цели дисциплины выступает развитие у слушателей «мягких компетенций» по приобретению навыков современного специалиста в области маркетинга товаров класса люкс.

- «Маркетинг в индустрии спорта» - подготовка квалифицированных специалистов, способных разрабатывать маркетинговую программу спортивных событий, эффективно управлять развитием спортивного клуба или организации, управлять личным брендом спортсменов, а также для формирования у слушателей понимания современной конкурентоспособности субъектов индустрии спорта и развитие навыков использования эффективных маркетинговых инструментов.
- «Маркетинг розничных сетей и FMCG» - подготовка специалистов и будущих руководителей функциональных подразделений розничных компаний и компаний производителей в подразделениях «розница», «развитие», «маркетинг» и «коммерческая служба». Программа погружает слушателей в корпоративный мир наиболее успешных розничных и FMCG компаний, дает понимание структуры управления и основных кросфункциональных процессов. В том числе, позволяет более глубоко разбираться в функциях и задачах отделов маркетинга, управления покупательским опытом, в подразделениях, отвечающих за розницу и коммерческие блоки.
- «Маркетинг в индустрии развлечений и гостеприимства» направлена на изучение общей структуры рынка, маркетинговой деятельности основных игроков, направлений и динамики развития индустрии развлечений и гостеприимства, особенностей разработки и реализации маркетинговой стратегии в различных секторах индустрии развлечений и гостеприимства.
- «Отраслевой Нейромаркетинг» предназначена для формирования у слушателей глубокого и полного представления о практике применения нейромаркетингового инструментария, а также знаний из области прикладных поведенческих, когнитивных и социальных нейронаук в управлении бизнесом компании.
- «Предпринимательство» призвана сформировать у слушателей «мягкие компетенции» по созданию и развитию собственного бизнеса. Специализация предполагает прохождение студентами всех этапов бизнес-инкубирования, начиная с использования инструментов маркетинговых исследований для разработки карты эмпатии клиентов и стратегии позиционирования продуктов/услуг, освоения технологий Canvas и CJM для формирования бизнес-модели проекта, составления бизнес-план по проекту и его презентации на инвесторских питчах, до создания MVP и первых продаж.

1.2.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело «Отраслевой маркетинг товаров и услуг»

– Магистр

1.2.3. Объем основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело Отраслевой маркетинг товаров и услуг»

Объем ОПОП за весь период обучения в соответствии с Образовательным стандартом высшего образования МГИМО МИД России по данному направлению подготовки – 120 з.е.

Объем программы магистратуры в очной форме обучения, реализуемый за один учебный год, составляет 60 з.е.

Объем программы магистратуры за один учебный год при обучении по индивидуальному учебному плану вне зависимости от формы обучения не может составлять более 70 з.е.; при ускоренном обучении – не более 80 з.е.

1.2.4. Формы обучения

Очная

1.2.5. Срок получения образования

2 года

1.3. Перечень сокращений

- ВКР – выпускная квалификационная работа
- ГИА – государственная итоговая аттестация
- ЕКС – единый квалификационный справочник
- з.е. – зачетная единица (1 ЗЕТ=42 академических часа)
- ОПОП ВО – основная профессиональная образовательная программа высшего образования
- ОПК – общепрофессиональные компетенции
- ОС ВО МГИМО –образовательный стандарт высшего образования МГИМО МИД России
- ОТФ - обобщенная трудовая функция
- ПК – профессиональные компетенции
- ПС – профессиональный стандарт
- УК – универсальные компетенции
- ФЗ – Федеральный закон
- ФГОС ВО –федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования

Раздел 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу, могут осуществлять профессиональную деятельность:

- 01 Образование и наука (в сфере научных исследований),
- 08 Финансы и экономика (в сфере исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений; в сфере обращения (торговые, торгово-посреднические, снабженческо-сбытовые, логистические и внешнеторговые организации); в сфере коммерческой деятельности в реальном секторе экономики (промышленность, сельское хозяйство, сервис и оказание услуг населению и др.),

Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

- аналитический;
- организационно-управленческий;
- расчётно-экономический;
- научно-исследовательский (продвинутый уровень).

2.2. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	**Типы задач профессиональной деятельности**	**Задачи профессиональной деятельности**	**Объекты профессиональной деятельности (или области знания)**
01 Образование и наука	аналитический	поиск, анализ, систематизация и обобщение научной информации.	Коммерческие и некоммерческие организации различных организационно правовых форм
	научно-исследовательский (продвинутый уровень)	планирование, организация и сопровождение учебно-методической работы в образовательных организациях высшего образования; разработка программ проведения научных исследований и разработок, подготовка заданий для групп и отдельных исполнителей; формирование инструментария проводимых исследований; подготовка и составление информационных массивов и баз данных по теме исследования, выбор методов	Коммерческие и некоммерческие организации различных организационно правовых форм

		и средств решения задач исследования; организация и проведение научных исследований, в том числе опросов и статистических обследований;	
08 Финансы и экономика	аналитический	исследование, прогнозирование тенденций и оценка изменений конъюнктуры мировых и локальных рынков; исследование, моделирование и оценка бизнес-технологий; прогнозирование потребностей и оценка степени их удовлетворенности; анализ состояния и динамики показателей качества товаров и услуг с использованием современных методов и средств исследований; изучение прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности.	Коммерческие и некоммерческие организации различных организационно правовых форм
	расчетно-экономический	подготовка заданий и выбор инноваций в области профессиональной деятельности в международной и национальной среде, анализ и оценка их экономической эффективности; проектирование, разработка и реализация информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности в международном и национальном масштабе;	Коммерческие и некоммерческие организации различных организационно правовых форм

		поиск идей, проектирование и разработка новых товаров и услуг, форм и средств рекламы; прогнозирование и проектирование ассортимента товаров в международном и национальном маркетинге; оценка и обеспечение прогнозируемой и реальной международной и локальной конкурентоспособности товаров (в том числе и услуг) и организаций (предприятий), ее обеспечение; выявление и оценка мировых и национальных рисков в профессиональной деятельности; выбор инновационных систем закупки и продажи товаров, торгового обслуживания покупателей; разработка и оценка эффективности инновационных торгово-технологических, маркетинговых, логистических или рекламных технологий.	
	организационно-управленческий	стратегический анализ проблем организации (предприятия) и выбор оптимальных вариантов их решения; организация и управление бизнес-планированием; анализ и оценка эффективности инновационных бизнес-проектов организации (предприятия) в международном и национальном масштабе;	Коммерческие и некоммерческие организации различных организационно правовых форм

		разработка тактики и стратегии организации (предприятия), прогнозирование и оценка их оптимальности; организация и управление международным и локальным бизнесом на рынке товаров и услуг, анализ и оценка бизнес-среды организации (предприятия); планирование и принятие решений в области маркетинга, рекламы, логистики и товароведения, а также оценка их эффективности; разработка и управление товарной политикой компании; планирование рекламной деятельности, создание и управление международным и локальным брендами.	

	предпринимательский	организация и управление международным и локальным бизнесом на рынке товаров и услуг, анализ и оценка бизнес среды организации (предприятия); планирование и принятие решений в области коммерции или маркетинга и оценка их эффективности	Коммерческие и некоммерческие организации различных организационно правовых форм

Раздел 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

3.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками

Результаты освоения ОПОП ВО определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности. В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные данной программой.

3.2. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного	ИУК 1.1. Выявляет проблемную ситуацию в процессе анализа проблемы, определяет этапы ее

	подхода, вырабатывать стратегию действий	разрешения с учетом вариативных контекстов. ИУК 1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для выработки стратегии действий по решению проблемной ситуации. ИУК 1.3. Грамотно, логично, аргументированно формулирует собственные суждения и оценки, предлагает стратегию действий.
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК 2.1. Выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта. ИУК 2.2. Определяет проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта, определяет исполнителей проекта. ИУК 2.3. Качественно решает конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время, оценивает риски и результаты проекта. ИУК 2.4 Публично представляет результаты проекта, вступает в обсуждение процесса реализации и результатов проекта.
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК 3.1. Понимает эффективность выбора стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет роль каждого участника в команде. ИУК 3.2. Учитывает в совместной деятельности особенности поведения и общения разных людей. ИУК 3.3. Способен устанавливать разные виды коммуникации (устную, письменную, вербальную, невербальную,

		реальную, виртуальную, меж-личностную и др.) для руководства командой и достижения поставленной цели. ИУК 3.4. Демонстрирует понимание результатов (последствий) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения поставленной цели, контролирует их выполнение. ИУК 3.5. Эффективно взаимодействует с членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, презентации результатов работы команды, соблюдает этические нормы взаимодействия.
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИУК 4.1. Умеет выбирать на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемые стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами и участниками проекта. ИУК 4.2. Умеет использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач на государственном и иностранном(ых) языке(ах). ИУК 4.3. Умеет вести деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном(-ых) языке(ах). ИУК 4.4. Умеет коммуникативно и культурно приемлемо вести

		устные деловые разговоры в процессе профессионального взаимодействия на государственном и иностранном(-ых) языке(ах). ИУК 4.5. Демонстрирует умение выполнять перевод академических и профессиональных текстов с иностранного(-ых) на государственный язык.
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИУК 5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими контрагентами информацию о культурных особенностях и традициях различных сообществ. ИУК 5.2. Умеет толерантно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИУК 6.1. Определяет приоритеты собственной деятельности, выстраивает планы их достижения. ИУК 6.2. Формулирует цели собственной деятельности, определяет пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов.

3.3. Общепрофессиональные компетенции выпускников

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	**Код и наименование общепрофессиональной компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции**
Теоретические и практические основы	ОПК-1. Способен применять знания (на продвинутом уровне)	ИОПК-1.1. Применяет на практике методы и технологии управления

профессиональной деятельности	экономической и управленческой теории при решении практических и/или исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах.	торгово-экономическими организациями. Решает стратегические и практические задачи во всех областях управления компанией.
Экспертно-аналитическая деятельность	ОПК-2. Способен применять продвинутые инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимых для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур.	ИОПК-2.1. Владеет на продвинутом уровне инструментальными методами сбора, обработки и анализа данных. ИОПК-2.2. Использует современные технологии проведения маркетинговых исследований для сбора, обработки и анализа данных.
Научные и прикладные исследования	ОПК-3. Способен критически оценивать результаты научных исследований и на их основе обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения.	ИОПК-3.1. Находит, анализирует результаты научных исследований, необходимые для принятия решений в профессиональной деятельности ИОПК-3.2. Логично и аргументированно формулирует собственные суждения и оценки, предлагает стратегию действий и вырабатывает предложения по развитию приоритетных проектов в области профессиональной деятельности.
Организационно-управленческая деятельность	ОПК-4. Способен принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности.	ИОПК-4.1. Использует основные методы и приемы экономического анализа и финансового моделирования при принятии организационно-управленческих решений. ИОПК 4.2. Оценивает эффективность организационно-управленческих решений.
Инструментарий профессиональной деятельности	ОПК-5. Способен использовать современные информационные	ИОПК-5.1. Активно применяет современные информационные

	технологии и программные средства при решении профессиональных задач.	технологии для решения профессиональных задач. ИОПК 5.2. Использует специализированные базы данных и программные средства для оперативного поиска информации.

3.4. Обязательные профессиональные компетенции выпускников

Тип задач профессиональной деятельности	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
организационно-управленческий;	ПК-1 Способен выделять, анализировать и управлять технологическими процессами в компаниях, принимать управленческие решения, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия, организовывать работу персонала.	ИПК-1.1. Применяет принципы управления производственно-хозяйственной деятельностью современных компаний, ИПК-1.2. Умеет осуществлять планирование, организацию и контроль в управлении деятельности компании, для достижения стратегических целей функционирования; ИПК-1.3. Владеет принципами построения организационных структур в компании и подходами к внедрению систем автоматизации управленческой деятельности.
	ПК-2. Способен осуществлять анализ и оценку бизнес-среды компании, ее эффективности и разрабатывать стратегии повышения конкурентоспособности.	ИПК-2.1. Знает принципы проектирования бизнес-процессов, классификацию и структуру бизнес-проектов, последовательность разработки, подходы к контролю за выполнением проектов и методы оценки их эффективности. ИПК-2.2. Умеет осуществлять проектирование бизнес-процессов, как самостоятельно, так и в составе

		команды, а также осуществлять контроль за выполнением проектных задач.
аналитический	ПК-3. Способен анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов.	ИПК-3.1. Осуществляет сбор и анализ данных из различных источников информации. ИПК-3.2. Владеет инструментами финансово-экономического моделирования.
	ПК-4. Способен осуществлять исследование и прогнозирование тенденций и оценку изменений конъюнктуры мировых и локальных рынков.	ИПК-4.1. Владеет инструментарием исследования конъюнктуры рынков. ИПК-4.2. Умеет анализировать конъюнктуру рынка и прогнозировать ее изменения
расчетно-экономический	ПК-5. Способен применять инновационные технологии при разработке внедрении новых товаров и услуг.	ИПК-5.1. Осуществляет постоянный мониторинг новых рыночных идей на основе изучения потребителей, конкурентов и контрагентов. ИПК-5.2. Умеет разрабатывать концепции новых продуктов и проводить их апробацию на целевых рынках для определения степени ее конкурентоспособности. ИПК-5.3. Способен разработать маркетинговую стратегию выхода на рынок с новым продуктом.
	ПК-6. Способен развивать инновационную деятельность компании.	ИПК-6.1. Знает принципы принятия маркетинговых и финансовых решений для осуществления инновационной деятельности. ИПК-6.2. Обладает навыками внедрения инновационных проектов и оценки их эффективности.
научно-исследовательский (продвинутый уровень)	ПК-7. Способен осуществлять исследование, прогнозирование, моделирование и оценку конъюнктуры отраслевых рынков с учетом современных методологий.	ИПК-7.1. Владеет методологией проведения рыночных исследований и прогнозирования конъюнктуры отраслевых рынков.

		ИПК-7.2. Владеет навыками оценки показателей качества товаров и услуг с использованием современных методов кабинетных и полевых исследований.
	ПК-8. Способен разрабатывать стратегические направления развития бизнеса.	ИПК-8.1. Применяет современные способы прогнозирования изменений в покупательском поведении потенциальных потребителей. Умеет выявлять степень лояльности и неудовлетворенности потребителей. ИПК-8.2. Владеет навыками мониторинга рынка на предмет выявления новейших технологий в области маркетинга, логистики, производства, инвестиционной деятельности организационного построения компаний

Раздел 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОПОП

4.1 Требования к структуре и содержанию основной профессиональной образовательной программы «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело

В соответствии с Федеральным законом Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» №273-ФЗ от 29 декабря 2012 года, Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №301 от 05.04.2017 года и ОС ВО МГИМО по данному направлению подготовки, содержание и организация образовательного процесса при реализации ОПОП ВО регламентируется учебным планом; рабочими программами учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей); программами учебных и производственных практик; программой ГИА, другими материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий. Совокупность документов, регламентирующих содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП ВО:

- Учебный план, включая календарный график, матрицу компетенций с распределением по дисциплинам;

- Рабочие программы дисциплин (модулей) и программы практик;

- Фонды оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам;

- Программы Государственной итоговой аттестации.

4.2 Календарный учебный график основной профессиональной образовательной «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело

Календарный учебный график устанавливает последовательность реализации ОПОП по годам, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и государственную итоговую аттестации, каникулы обучающихся. Календарный учебный график разрабатывается в соответствии с требованиями ОС ВО МГИМО и размещен на сайте МГИМО МИД России в разделе «Сведения об образовательной организации», подраздел «Образование».

4.3 Учебный план основной профессиональной образовательной программы «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело

Учебный план составлен в соответствии с ОС ВО по направлению подготовки 38.06.04 «Торговое дело» и предусматривает изучение следующих блоков:

Структура программы магистратуры		Объем программы магистратуры и ее блоков в з.е.
Блок 1	Дисциплины (модули), в том числе:	**не менее 60**
Блок 2	Практика	**не менее 21**
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	**6-9**
Объем программы магистратуры		**120**

При разработке программы магистратуры обучающимся обеспечивается возможность освоения элективных дисциплин (модулей) и факультативных дисциплин (модулей).

Факультативные дисциплины (модули) не включаются в объем программы магистратуры. В качестве факультативной дисциплины может быть выбрана вторая дополнительная специализация, по результатам освоения которой студент имеет право сдать экзамен (зимняя сессия, 2 ой год обучения) на основании подписанного им заявления.

В рамках программы магистратуры выделяются обязательная часть и часть, формируемая участниками образовательных отношений.

К обязательной части программы магистратуры относятся дисциплины (модули): «Современные технологии в рекламе», «Управление продажами», «Психология в бизнесе», «Иностранный язык», а также иные дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование общепрофессиональных компетенций, а также частично – универсальных компетенций.

Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации, должен составлять не менее 15 % процентов общего объема программы магистратуры.

Утвержденный учебный план образовательной программы размещен на сайте МГИМО МИД России в разделе «Сведения об образовательной организации», подраздел «Образование».

Раздел ОПОП ВО «Практика», целью которой является закрепление знаний и умений, приобретаемые в рамках теоретического обучения, а также обеспечение приобретения профессиональных умений и навыков, состоит из учебной и производственной практики.

Типы учебной практики:

- научно-исследовательская работа.

Типы производственной практики:

- преддипломная практика;
- научно-исследовательская работа (по теме выпускной квалификационной работы).

В раздел «Государственная итоговая аттестация» входит подготовка к сдаче и сдача государственного междисциплинарного экзамена по направлению подготовки и подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (дипломного проекта).

Матрица компетенций обеспечивает закрепление установленных данной программой компетенций за определенными учебными дисциплинами и практиками учебного плана ОПОП ВО. Целью матрицы компетенций является наглядное отражение формирования компетенций в рамках дисциплин и практик учебного плана, что помогает произвести оценку сформированности компетенций и качество освоение ОПОП ВО. Матрица компетенций ОПОП ВО разрабатывается в соответствии с требованиями ОС ВО МГИМО.

4.4. Рабочие программы дисциплин (модулей) и практик

Утвержденные рабочие программы учебных дисциплин содержатся в Приложении к ОПОП.

4.5. Фонды оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам

В соответствии с ОС ВО магистратуры по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, оценка качества освоения обучающимися образовательной программы включает в себя текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую аттестацию обучающихся.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ОПОП (текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация) созданы фонды оценочных материалов, включающие в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Для каждого результата обучения по дисциплине (модулю) или практике определены показатели и критерии оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания.

4.6. Программы государственной итоговой аттестации

Согласно требованиям, ОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, государственная итоговая аттестация выпускника высшего учебного заведения является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме.

Целью государственной итоговой аттестации является установление уровня подготовки выпускников к выполнению профессиональных задач и соответствия их подготовки требованиям ОС ВО для присвоения академической степени магистр. К итоговым аттестационным испытаниям, входящим в состав государственной итоговой аттестации, допускаются студенты, успешно завершившее в полном объеме освоение образовательной программы магистратуры.

Итоговые аттестационные испытания государственной итоговой аттестации выпускников МГИМО МИД России включают в себя:

- итоговый государственный междисциплинарный экзамен по направлению подготовки;
- защиту выпускной квалификационной работы (дипломного проекта).

Программа междисциплинарного государственного экзамена в магистратуре включает в себя тематику дисциплин обязательной части и части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана. Междисциплинарный государственный экзамен проводится в устной форме.

Темы выпускных квалификационных работ (дипломных проектов) определяются выпускающей кафедрой и утверждаются приказом. Студенту предоставляется право выбора темы выпускной квалификационной работы по предложению компании определенной индустрии, в соответствии с выбранной студентом специализацией.

Написание и защита выпускной квалификационной работы (дипломного проекта) может проходить в рамках групповой (совместной) работы. Студенты работают над выпускными квалификационными работами и защищают их (индивидуально или в группах по 2-3 человека) в рамках реализации проектов и технических заданий компаний-партнеров под руководством консультантов-практиков из индустрий в соответствии с выбранными специализациями. В случае группового написания и защиты каждый студент команды должен продемонстрировать свой индивидуальный вклад в написание работы, а отзыв научного руководителя и рецензия оппонента составляются на дипломный проект в целом. Индивидуальный вклад студента в написание группового дипломного проекта может заключаться в:

1. Проведение маркетингового исследования международного рынка выбранной индустрии;
2. Выявление тенденций маркетинговой деятельности зарубежных компаний на исследуемом рынке;
3. Проведение исследования российского рынка и выявление специфики деятельности зарубежных и отечественных компаний на данном рынке;
4. Анализ деятельности компании-партнера в соответствии с техническим заданием;
5. Разработка методологии и проведение полевых маркетинговых исследований потребителей и конкурентов для компаний-партнеров в соответствии с техническим заданием;
6. Разработка маркетинговой программы или ее отдельных элементов для компании-партнера в соответствии с техническим заданием;
7. Анализ эффективности предложенных мероприятий в случае их апробации.

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы магистра отражены в программе итоговой государственной аттестации**.**

Процедура проведения Государственной итоговой аттестации определяется в соответствии с Положением о государственной итоговой аттестации выпускников МГИМО МИД России, утвержденным приказом ректора от 09.06.2016 № 403.

Раздел 5. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

5.1. Общесистемные условия реализации основной профессиональной образовательной программы «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело

МГИМО МИД России имеет в оперативном управлении и на правах аренды материально-техническое обеспечение образовательной деятельности (помещения и оборудование) для реализации программы магистратуры по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» в соответствии с учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде МГИМО МИД

России из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети Интернет (далее – сеть Интернет), как на территории МГИМО МИД России, так и вне ее. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды созданы с использованием ресурсов иных организаций.

Электронная информационно-образовательная среда МГИМО МИД России обеспечивает:

доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), практик;

формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации программы магистратуры с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий электронная информационно-образовательная среда МГИМО МИД России дополнительно обеспечивает:

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы магистратуры;
- проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет".

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды должно соответствовать законодательству Российской Федерации.

При реализации программы магистратуры в сетевой форме требования к реализации программы магистратуры должны обеспечиваться совокупностью ресурсов материально-технического и учебно-методического обеспечения, предоставляемого организациями, участвующими в реализации программы магистратуры в сетевой форме.

Среднегодовое число публикаций научно-педагогических работников МГИМО МИД России за период реализации программы магистратуры в расчете на 100 научно-педагогических работников (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям).

5.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение основной профессиональной образовательной программы «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело

Помещения МГИМО МИД России представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой магистратуры, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду МГИМО МИД России.

МГИМО МИД России обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно

распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

Библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями обязательной (основной и дополнительной) учебной литературы по дисциплинам ОПОП, изданными за последние 10 лет, из расчета более 0,25 экземпляра на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину. В качестве основной литературы допускается также использование монографий и других видов научной литературы со сроком издания не более десяти лет до момента начала обучения по дисциплине (модулю), за исключением дисциплин (модулей), направленных на формирование универсальных компетенций.

Фонд библиотеки в цифрах:

Печатные издания		
1.	Объем библиотечного фонда. Всего (экз.)	764 729
2.	из него литература:	
3.	учебная	452 771
4.	художественная	23 978
5.	научная	287 980

Электронные документы	
Всего	2 443 136
Из них:	
Книги	319 980
Периодика (количество наименований)	23 156
Диссертации	2 100 000

Для обеспечения учебного процесса библиотекой оформлена печатная подписка на 196 названий отечественной и зарубежной периодики.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронным библиотечным системам и научным базам данных, содержащим учебные, учебно-методические, справочные и научные издания по изучаемым дисциплинам. Доступ к ЭБС осуществляется на основании прямых договоров с правообладателями. При этом обеспечена возможность удаленного доступа к электронным ресурсам. Кроме того, на всех

компьютерах читальных залов библиотеки установлена справочно-правовая система «Консультант Плюс».

Библиотека работает в автоматизированной информационно-библиотечной системе МАРК-SQL. В настоящее время в электронном каталоге представлены все издания, находящиеся в фонде библиотеки. Электронные каталоги библиотеки содержат 385 006 библиографических записей, все они представлены в Интернет. На платформе МАРК-SQL размещены 5605 выпускных квалификационных работ.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению.

ПЕРЕЧЕНЬ

электронных библиотечных систем, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

№ п/п	Наименование базы данных, производитель, платформа и/или адрес входа	Характеристики ресурса	**Для профессионального использования по направлению подготовки «Торговое дело»**
1.	ЭБС ZNANIUM.COM «НИЦ ИНФРА-М» http://znanium.com/	Содержит книги, журналы, статьи из различных изданий (более 20 тыс.) Сайт ЭБС **соответствует ГОСТ 52872-2012: «Интернет-ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению»**.	8 журналов из перечня ВАК, более 930 книг по торговому делу

2.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» ООО «НексМедиа» https://biblioclub.ru/	Доступ к базовой коллекции и книгам издательств-партнеров Ресурс содержит учебники, учебные пособия, монографии, периодические издания, справочники, словари, энциклопедии, видео- и аудиоматериалы, художественную литературу. (более 100 тыс. наименований). Сайт ЭБС **соответствует ГОСТ 52872-2012:«Интернет-ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению»**. В базе данных представлено более 3000 аудиокниг, а скачиваемые фрагменты в формате pdf, содержат подтекстовый слой, достаточно высокого качества и могут использоваться тифлопрограммами для голосового озвучивания текстов, быть загружены в тифлоплееры (устройств для прослушивания книг), а также скопированы на любое устройство для комфортного чтения.	более 2410 книг по торговому делу
3.	ЭБС BOOK.RU «КноРус медиа» https://www.book.ru/	Базовая коллекция содержит более 8 тыс. учебников и монографий. Сайт ЭБС **соответствует ГОСТ 52872-2012: «Интернет-ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению»**.	более 690 книг по торговому делу
4.	JSTOR ITHAKA http://www.jstor.org/	Коллекции журналов: Arts & Sciences I, **Arts & Sciences VII, Arts & Sciences IX, Arts & Sciences X, Arts & Sciences XII**	из них более 15 журналов, содержащих материалы по торговому делу

5.	OECD (**Организация Экономического сотрудничества и развития**) http://www.oecd-ilibrary.org/	Полный доступ к материалам ОЭСР: книги, статистические сборники, материалы конференций, аналитическая информация.	**Вся информация на сайте электронной библиотеки Организации Экономического сотрудничества и развития предназначена для специалистов в области торгового дела**
6.	WTO (Всемирная торговая организация)https://www.wto-ilibrary.org/	Полный доступ к материалам ВТО: книги, статистические сборники, материалы конференций, аналитическая информация	**Вся информация на сайте электронной библиотеки ВТО предназначена для специалистов в области торгового дела**
7.	«eBook Academic Subscription Collection» EBSCO Publishing http://search.ebscohost.com/	«eBook Academic Subscription Collection» - более 170 тысяч электронных книг: монографии, учебники, словари, энциклопедии, справочники	2005 книг, посвященных торговому делу
8.	Academic Search Premier EBSCO Publishing http://search.ebscohost.com/	Мультидисциплинарная база данных, содержит полные тексты 4600 журналов, включая 3900 рецензируемых. Содержит статьи, главы из книг и статистических сборников, газеты, аналитическую информацию, фотоматериалы, карты, торговые публикации. Эта база данных обновляется ежедневно на EBSCOhost.	Представлено более 125 тысяч статей и других публикаций, посвященных торговому делу

9.	Business Source Premier EBSCO Publishing http://search.ebscohost.com/	Одна из крупнейших в мире баз данных по экономике и бизнесу, содержит полный текст более 2300 журналов, включая 1100 рецензируемых изданий. Business Source Premier охватывает все экономические дисциплины, включая маркетинг, менеджмент, бухгалтерский учет, финансы и т.д. Эта база данных обновляется ежедневно на EBSCOhost.	Представлено более 253 тысяч статей и других публикаций, посвященных торговому делу
10.	Regional Business News EBSCO Publishing http://search.ebscohost.com/	Эта база данных содержит деловые новости, включающие освещение более 80 региональных деловых публикаций, охватывающих все районы в Соединенных Штатах.	Представлено более 18 тысяч статей и других публикаций, посвященных торговому делу
11.	MasterFILE Premier EBSCO Publishing http://search.ebscohost.com/	Эта междисциплинарная база данных предоставляет полный текст почти для 1700 периодических изданий. MasterFILE Premier охватывает практически все предметные области, представляющие общий интерес, и содержит около 500 справочных книг и более 164 400 первоисточников, а также коллекцию изображений из более чем 592 000 фотографий, карт и флагов. Эта база данных обновляется ежедневно через EBSCOhost.	Содержит около 75 тыс. публикаций, посвященных торговле
12.	Grebennikon ИД «Гребенников» https://grebennikon.ru/	30 полнотекстовых журнала по маркетингу, менеджменту, финансам	**Более 700 журнальных статей**, посвященных торговле
13.	Электронная библиотека МГИМО МИД России (с 2018 года размещается на платформе ЭБС «Университетская библиотека онлайн») https://biblioclub.ru/	Содержит более 2265 книг. Сайт ЭБС **соответствует ГОСТ 52872-2012: «Интернет-ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению»**.	Содержит более 150 книг по торговому делу

14.	World Business Law (по условиям лицензии установлена в читальном зале и компьютерном классе факультета МП – всего 20 рабочих станций) АО «Дабл Ю Би Эл Дистрибьюшн»	Библиотека с нормативно-правовыми документами 35 иностранных государств и юрисдикций. Тематика: «Гражданское право», «Финансовая деятельность и финансовые рынки», «Налогообложение», «Таможня и внешняя торговля», «Защита информации и авторских прав», «Недвижимость», «Процессуальное право и судоустройство» и «Судебная практика».	В том числе для специалистов в области торгового дела доступна следующая тематика: «Финансовая деятельность и финансовые рынки», «Налогообложение», «Таможня и внешняя торговля».
15.	«Континент» ООО «Агентство правовой интеграции «КОНТИНЕНТ» http://continent-online.com/	В информационной системе представлены национальные нормативно-правовые акты по всем основным отраслям права таких стран, как Россия, Казахстан, Украина, Беларусь, Молдова, Узбекистан, Азербайджан, Туркменистан, Таджикистан, Киргизия, Армения.	В том числе для специалистов в области торгового дела доступны наиболее важные нормативно- правовые акты, дающие исчерпывающую информацию об экономике, финансах, внешнеэкономической деятельности указанных стран
16.	Универсальная база данных периодических изданий на платформе East View https://dlib.eastview.com/	16 вестников МГУ , журналы: ПОЛИС: политические исследования, Центральная Азия и Кавказ (на русском и английском языках), США. Канада. Мировая экономика и международные отношения.	Содержит, в том числе, «Вестник Московского университета. Серия 06. Экономика», «Вестник Московского университета. Серия 24. Менеджмент», журнал Мировая экономика и международные отношения с архивами

17.	Scopus Elsevier B.V. https://www.scopus.com/	Мультидисциплинарная (около 350 научных областей) реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных журнальных статей, материалов научных конференций и монографий. Scopus индексирует контент из 24 600 активных изданий от 5000 издателей, который тщательно проверяется и отбирается.	Из-за огромного охвата изданий в базе Scopusспециалист в любой области может отобрать наиболее актуальные публикации по теме работы/исследования. Используя встроенные инструменты и аналитику, он может определить качество и востребованность полученной информации.
18.	Oxford University Press https://academic.oup.com/journals/	Более 200 журналов издательства Оксфорд с архивами	Более 110 тысяч научных журнальных статей для специалистов в области торгового дела
19.	Oxford Handbooks Onlinehttps://www.oxfordhandbooks.com/ в объеме следующих тематических коллекций: - Economics and Finance; - History; - Law; - Linguistics; - Business and Management; - Political Science; - Sociology.	Около 1000 справочников издательства OxfordUniversity Press	152 справочных издания по экономике и бизнесу, включающие статьи по торговому делу
20.	**SAGE Premier** SAGE Publishing http://journals.sagepub.com/	1093 журнала издательства по различным отраслям знаний с архивами	Около 3000 научных полнотекстовых статей для специалистов в области торгового дела

21.	SAGE Research Methods https://methods.sagepub.com/	Базовая коллекция - содержит книги, количественные и качественные методы исследований, планировщик проектов и т.д.	Специалист в любой области может использовать ресурс для подготовки и проведения научного исследования.
22.	WILEY https://onlinelibrary.wiley.com/	1510 журналов издательства с архивами	Более 11 тысяч научных журнальных статей для специалистов в области торгового дела
23.	Национальная электронная библиотека (по условиям договора установлено на 60 компьютерах читальных залов) https://rusneb.ru/	Более 4 миллионов электронных копий книг, учебной и периодической литературы, диссертаций и авторефератов, монографий, патентов, нот, изобразительных и картографических изданий Общее количество электронных документов в фондах НЭБ - 5 022 021. В общественном достоянии - 4 198 803. Охраняемые авторским правом - 735 590.	НЭБ содержит, в том числе, 4519 диссертации по торговому делу
24.	**Springer Nature** https://link.springer.com/	Коллекции журналов и книг на платформе https://link.springer.com/	Более 8350 публикаций по торговому делу. В том числе 141 книга, 754 материала конференций, более 5 тысяч статей из журналов.
25.	**ScienceDirect** Elsevier B.V. https://www.sciencedirect.com/	«Freedom collection» - 2500 журналов и 4000 книг по 23 тематическим блокам	Более 700 тысяч публикаций по торговому делу: статьи из журналов, главы из книг, материалы конференций, отчеты и проч.

Профессиональные ресурсы открытого доступа

№ п/п	Наименование базы данных, производитель, платформа и/или адрес входа	Характеристики ресурса
1.	**Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»** https://cyberleninka.ru/	Это научная электронная библиотека открытого доступа (Open Access), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. Содержит более 2 миллионов научных статей
2.	**Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»**https://www.elibrary.ru/	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 29 млн научных статей и публикаций, в том числе электронные версии более 5600 российских научных журналов, из которых более 4800 журналов в открытом доступе. Библиотека интегрирована с Российским индексом научного цитирования (РИНЦ).

Обучающимся также предоставляется доступ к современным профессиональным базам данных других, непрофильных направлений подготовки.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

5.3. Кадровое обеспечение реализации основной профессиональной образовательной программы «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело

Реализация программы магистратуры обеспечивается педагогическими работниками МГИМО МИД России, а также лицами, привлекаемыми МГИМО МИД России к реализации программы магистратуры на иных условиях.

Квалификация педагогических работников МГИМО МИД России отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Не менее 70 процентов численности педагогических работников МГИМО МИД России, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых МГИМО МИД России к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

Не менее 10 процентов численности педагогических работников МГИМО МИД России, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых МГИМО МИД России к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

Не менее 60 процентов численности педагогических работников МГИМО МИД России и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности МГИМО МИД России на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

Общее руководство научным содержанием программы магистратуры осуществляется научно-педагогическим работником МГИМО МИД России, имеющим ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации), осуществляющим самостоятельные научно-исследовательские (творческие) проекты (участвующим в осуществлении таких проектов) по направлению подготовки, имеющим ежегодные публикации по результатам указанной научно-исследовательской (творческой) деятельности в ведущих отечественных и (или) зарубежных рецензируемых научных журналах и изданиях, а также осуществляющим ежегодную апробацию результатов указанной научно-исследовательской (творческой) деятельности на национальных и международных конференциях.

5.4. Финансовые условия реализации основной профессиональной образовательной программы «Отраслевой маркетинг товаров и услуг» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело

Финансовое обеспечение реализации программы магистратуры должно осуществляться в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования – программ магистратуры и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством образования и науки Российской Федерации.

5.5 Механизм оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по основной профессиональной образовательной программе Отраслевой маркетинг товаров и услуг» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе магистратуры определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки, в которой МГИМО МИД России принимает участие на добровольной основе.

В целях совершенствования программы магистратуры МГИМО МИД России при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе магистратуры привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников МГИМО МИД России.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по программе магистратуры обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по программе магистратуры в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе магистратуры требованиям ФГОС ВО.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе магистратуры может осуществляться в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями, либо авторизованными национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, отвечающими требованиям профессиональных стандартов (при наличии), требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

Раздел 6. СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

№ п.п.	ФИО	Должность
1.	Хотяшева Ольга Михайловна	Научный руководитель программы Доцент кафедры менеджмента, маркетинга и внешнеэкономической деятельности им. И.Н.Герчиковой, Директор ЦНП «Бизнес-инкубатор», к.э.н.
2.	Байков Андрей Анатольевич	Проректор по научной работе и международному сотрудничеству, декан Факультета международных отношений, доцент Кафедры прикладного анализа международных проблем (ПАМП), к.полит.н., доцент
3.	Илларионов Артем Георгиевич	Начальник Управления магистерской подготовки

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

СОГЛАСОВАНО:

Должность	Подпись	Ф.И.О.
Генеральный директор HR агентства Get Experts		Шамбер О.О.
Начальник Управления магистерской подготовки		Илларионов А.Г.
Доцент кафедры менеджмента, маркетинга и внешнеэкономической деятельности им. И.Н.Герчиковой Научный руководитель программы		Хотяшева О.М.
Председатель Студенческого союза МГИМО		Бойко А.С.

Приложение 1
Примерный перечень профессиональных квалификаций
выпускников Магистратуры «Отраслевой маркетинг товаров и услуг»

Наименование профессиональной квалификации	Обобщенные трудовые функции	Трудовые функции
Маркетолог	Разработка направлений маркетинговой деятельности компаний на основе изучения рыночного спроса.	● Проведение маркетинговых исследований ● Разработка маркетинговых стратегий ● Разработка программ маркетинга по фирме/рынку/продукту ● Организация маркетинговой деятельности ● Контроль и оценка эффективности маркетинговой деятельности
Маркетолог-аналитик	Специалист по маркетинговым исследованиям и маркетинговому анализу.	● разработка маркетинговой стратегии компании ● сбор первичной и вторичной маркетинговой информации ● организация проведения качественных и количественных маркетинговых исследований ● анализ результатов маркетинговых исследований (оценка емкости рынка, сегментация рынка, анализ конкурентов, целевой аудитории, SWOT-анализ и т. д.) ● прогнозирование целевых показателей ● разработка методик исследования под конкретную задачу ● анализу готовых решений, предоставляемых интеллектуальной системой ● подготовка решений по нестандартным ситуациям

Интернет-маркетолог	Специалист по оптимизации присутствия компании в Интернет пространстве	Онлайн-маркетинг и продвижение: SEO, SMM, SEM, веб-аналитикой, e-mail-маркетингом от анализа и построения стратегии до ее реализации.. Основные функции: ● координация работы сайта, от создания до модернизации; ● различные рекламные кампании и PR-акции в сети; ● сбор и анализ различной информации.
Нейромаркетолог	Изучение и управление поведением покупателей, с помощью новейших разработок в области маркетинга, когнитивной психологии и нейрофизиологии	● проведение нейромаркетинговых исследований (eye-tracking, глубинные интервью, когнитивное картирование и т.д.) ● разработка маркетинговых продуктов на основе результатов нейромаркетинговых исследований ● проектирование воронки продаж ● глубинное изучение вопросов профилирования и психографической сегментации аудитории, поведенческого анализа данных, проектирования и кастомизации продукта, брендинга, рекламных коммуникаций и продаж ● изучение и анализ потребительского поведения, управление поведением и принятием решений ● проектирование воронки продаж ● разработка систем и мотивации сотрудников ● Создание коммуникационных сценариев для продуктового портфолио и отдельных клиентских сегментов.
Бренд-менеджер/ Product-менеджер	специалист по созданию, управлению и продвижению торговых марок на рынке.	Продвижение на рынке определенной группы товаров, объединенных по бренду (торговой марке) или конкретных продуктов

Веб-аналитик	Повышение эффективности продвижения в сети Интернет посредством анализа данных.	● анализ данных веб-сервисов аналитики (например, Яндекс Метрика или Google Analytics), независимых и внутренних систем аналитики ● отслеживание эффективности рекламы, качества трафика, специфики поведения пользователей на сайте ● разработка предложений по оптимизации всех инструментов ● анализ готовых решений, предоставляемых интеллектуальной системой ● подготовка решений по нестандартным ситуациям
SEO-специалист	Работа SEO-специалиста стоит на стыке контент-технологий, маркетинга и программирования. Внутренняя и внешняя оптимизация сайта.	Внутренняя оптимизация: оптимизация интерфейса и структуры сайта для поисковой системы. Внешняя оптимизация: повышение рейтинга сайта за счет увеличения индекса цитирования. Функции: ● отслеживать все новшества и принимать решения, совершать действия с учетом этих изменений. ● Повышение привлекательности дизайна, эргономики, юзабилити (удобство использования) ● Создание качественного и полезного контента ● создание и распределение семантического ядра ● контролировать правильность написания кода с точки зрения требований поисковых систем

PR-менеджер	Специалист по созданию положительного образа компании	● взаимодействие со средствами массовой ● создание презентаций и пресс-релизов ● проведение конференций и деловых встреч ● написание рекламных и тематических текстов
Event-менеджер	Отвечает за планирование и организацию как внутрикорпоративных, так и внешних мероприятий	Занимается планированием, подготовкой и проведением мероприятий по продвижению продукции компании, выставок и рекламных акций, пресс-конференций и других корпоративных мероприятий.
Мерчендайзер	Планирует и организует мероприятия по продвижению товара непосредственно в торговых точках	● изучение типичного поведения потребителей в торговой точке человека ● отвечает за оптимальную выкладку товара на полке ● организует размещение POS материалов ● проводит дегустации и прочие рекламные акции в местах продаж
Корпоративный антрополог	Специалист призванный помогать организации осмысленно управлять изменениями.	● прогнозирование будущих трендов развития экономической и социокультурной среды ● разработка инновационных стратегий адаптации к будущим изменениям ● повышение связанности компании с ее целевой аудиторией за счет более глубокой эмпатии