



## КАТАЛОГ ДИСЦИПЛИН КОМПОНЕНТА ПО ВЫБОРУ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

7M04168 – МАРКЕТИНГ И БИЗНЕС АНАЛИТИКА

Уровень образования: магистратура научно-педагогическая

Срок обучения: 2 года

Год приема: 2023 г.

Модуль	Цикл	Компонент	Наименование дисциплины	Общая трудоемкость		Семестр	Результаты обучения	Краткое описание дисциплины	Пререквизиты	Постреквизиты	Закрепление за кафедрой
				в академических часах	в академических часах						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Модуль1- Базовые компетенции	БД	КВ	Макроэкономика (продвинутый курс)	270	9	1	PO1, PO4	Направлена на развитие знаний и навыков в области современной макроэкономики и практики макроэкономического анализа, построение макроэкономических моделей, моделей потребительского и инвестиционного поведения. Формирование навыков выявления инвестиционной привлекательности отрасли и прогнозирования развития отрасли и экономики, анализа реального и финансового секторов экономики. В процессе обучения используются активные методы обучения, такие как работа в группе над проектами.	Дисциплины бакалавриата	Управление человеческими ресурсами, Стратегический менеджмент	ЛМТ
	БД	КВ	Микро-макроэкономический анализ				PO1, PO4, PO5	Формирует знания о рациональном принятии решений при ограниченности ресурсов, поведения отдельных экономических субъектов, позволит будущим специалистам анализировать события, процессы и явления происходящие на микро и макроуровнях, изучить закономерности хозяйственной эволюции и методологические трудности, которые испытывает экономическая наука	Дисциплины бакалавриата	Управленческий консалтинг, Управление продажами, Клиентоориентированный маркетинг	ЛМТ

								с их объяснением, развить навыки применения специальных методов экономического обоснования управленческих решений и оценки их последствий. Применяются методы активного обучения - ситуационные задачи, кейс-метод.			
	БД	КВ	Стратегический менеджмент	180	6	2	PO5, PO6, PO9	Формирование у магистрантов базовых теоретических знаний и основных практических навыков в области стратегического управления предприятиями и организациями, стратегического анализа внешней и внутренней среды компании, конкурентной стратегии компании и корпоративной стратегии управления. Используются активные методы обучения – метод мозгового штурма, групповая работа	Макроэкономика (продвинутый курс), Big Data в цифровой экономике	Маркетинговые исследования рынка	ЛМТ
	БД	КВ	Бизнес-исследование				PO1, PO2	Овладение магистрантами теории, а также развитие практических навыков в бизнес-исследованиях и аналитики, анализа жизненного цикла развития перспективных технологий. Изучаются научно-технические стороны проекта. Активные методы обучения используемые в дисциплине - индивидуальное задание	Организация и планирование научных исследований (англ.), Управление данными	Маркетинговые исследования рынка	ЛМТ
Модуль 2-IT компетенции	ПД	КВ	Big Data в цифровой экономике	180	6	1	PO1, PO4, PO8	Направлена на изучение введения в веб-аналитику и веб-маркетинг, процесса сбора и анализа данных, поиска инсайтов о поведении посетителей веб-сайтов, принимать решения о сайте, продукте, анализировать источники рекламы, анализ журнала веб-сервера, исследовать будущие тенденции веб-аналитики, проведение веб-мониторинга и анализа тенденций, сбор и извлечение данных из социальных сетей, методы выявления тенденции в социальных данных. Процесс обучения проходит в компьютерных классах с использованием различных программ и интернет-платформ	Дисциплины бакалавриата	Маркетинговые исследования рынка, Стратегический менеджмент, Управление продажами, Интегрированные маркетинговые коммуникации	ЛМТ
	ПД	КВ	Управление данными				PO1, PO4, PO8	Изучает методы обработки данных, подходы к управлению (процессный, системный, ситуационный), сокращение избыточности, возможности устранения противоречивости, а также общего доступа к данным, эффективную,	Дисциплины бакалавриата	Маркетинговые исследования рынка, Бизнес-исследование, Клиентоориентированный	ЛМТ



								экономичную и безопасную организацию процессов сбора, хранения и использования данных в приложениях, аналитических средствах и алгоритмах, программы AWS и др., оптимизация управления данными компаниями. Процесс обучения проходит в специализированных компьютерных классах.		маркетинг, Веб-маркетинг и аналитика социальных сетей		
Модуль Управленческо-экономические компетенции	3-	ПД	КВ	Управление продажами	180	6	2	PO5, PO6, PO7	Сформировать необходимый набор навыков управления людьми, непосредственно занимающимися продажами, уметь управлять каналами сбыта, знать особенности автоматизации процессов взаимодействия с клиентской базой, определять целевых клиентов, стратегии и тактики работы с целевыми группами, формировать каналы распределения и продаж, планировать, организовывать и реализовывать мероприятия по стимулированию канала распределения. Применяются методы активного обучения, такие как решение кейс-задачи и ситуаций, индивидуальные проекты.	Микро-макроэкономический анализ, Big Data в цифровой экономике	Управление человеческими ресурсами, Стратегический маркетинг (продвинутый курс)	ЛМТ
		ПД	КВ					Клиентоориентированный маркетинг	PO6, PO9, PO12	Направлена на умение использовать стратегии High-touch маркетинг, Tech-touch маркетинг, Low-touch маркетинг в зависимости от типов клиентов, получение знаний об исследованиях в области развития клиентоориентированного маркетинга, изучить успешные методы и приемы в практике крупных компаний, применяемые для удержания клиентов. Применяются методы активного обучения, такие как решение кейс-задачи и ситуаций, индивидуальные проекты.	Микро-макроэкономический анализ, Управление данными	Управленческий консалтинг, Стратегия и планирование маркетинга
		ПД	КВ	Интегрированные маркетинговые коммуникации	180	6	2	PO6, PO9, PO12	В процессе обучения, магистрант изучить методы повышения эффективности маркетинговых коммуникаций, возможность возвращать лиды, создавать интегрированные маркетинговые коммуникации, укреплять лояльность к бренду, ускорять продвижение лидов по воронке продаж, искать пути максимизации эффективности маркетинговых коммуникаций, проводить политику укрепления приверженности клиентов торговой марке фирмы,	Big Data в цифровой экономике	Маркетинговые исследования рынка	ЛМТ

							использование event-маркетинга, product placement, имиджмейкинг и др. Активные методы обучения: кейс-методы; деловые ролевые игры, групповая работа			
ПД	КВ	Веб-маркетинг и аналитика социальных сетей				PO8, PO12	Направлена на изучение введения в веб-аналитику и веб-маркетинг, процесса сбора и анализа данных, поиска инсайтов о поведении посетителей веб-сайтов, принимать решения о сайте, продукте, анализировать источники рекламы, анализ журнала веб-сервера, исследовать будущие тенденции веб-аналитики, проведение веб-мониторинга и анализа тенденций, сбор и извлечение данных из социальных сетей, методы выявления тенденции в социальных данных. Процесс обучения проходит в компьютерных классах с использованием различных программ и интернет-платформ	Организация и планирование научных исследований (англ.), Управление данными	Маркетинговые исследования рынка	ЛМТ
ПД	КВ	Управление человеческими ресурсами	180	6	3	PO3, PO7, PO9, PO12	Рассматривает место и роль человеческих ресурсов в управлении предприятием, выбор стратегии управления человеческими ресурсами, формирует навыки разработки механизма подбора персонала, проведение собеседования, создание коллектива, эффективную политику мотивации сотрудников компании, функцию контроля как элемент стратегии управления человеческими ресурсами, карьерный рост, составлять психологический климат коллектива, знать нормативно-правовые акты в области трудовых отношений. Активные методы обучения: кейс-методы; деловые ролевые игры, групповая работа.	Психология управления, Макроэкономика (продвинутый курс), Управление продажами	Научно-исследовательская работа магистранта, Итоговая аттестация	ЛМТ
ПД	КВ	Управленческий консалтинг				PO1, PO3, PO12	Изучает особенности форм управления и ведения бизнеса, процесс решения и построение ряд задач, таких как повышение качества работы управленческих структур организации, соотнесение интересов компании с целью обнаружения точек соприкосновения, развитие новых техник управления в компании, определение эффективности командной работы, анализ деятельности управленческого персонала, включая аттестацию и выработку рекомендаций по ее итогам проведения. Разработка систем мотивации персонала и их внедрение.	Психология управления, Микро-макроэкономический анализ, Клиентоориентированный маркетинг	Научно-исследовательская работа магистранта, Итоговая аттестация	ЛМТ



								Активные методы обучения: кейс-методы; деловые ролевые игры, групповая работа.			
ПД	КВ	Стратегический маркетинг (продвинутый курс)	270	9	3	PO5, PO8, PO10	Изучает как согласовать стратегические цели компании с целями маркетинга, при этом обучающийся сможет усовершенствовать маркетинговый план компании, составить аналитический фреймворк для компании, научиться расставлять маркетинговые приоритеты, составлять карты конкурентов, анализировать преимущество по модели VRIO, использовать инструменты анализа для поиска возможностей роста. Применяются методы активного обучения, такие как решение кейс-задачи и ситуаций, индивидуальные и групповые проекты.	Психология управления, Управление продажами	Научно-исследовательская работа магистранта, Итоговая аттестация	ЛМТ	
ПД	КВ	Стратегия и планирование маркетинга				PO5, PO8, PO10	Формирует знания об основных задачах стратегического планирования и разработки программы, его этапах, навыки использования результатов исследований и полученных данных для разработки стратегии предприятия, прогнозирования конъюнктуры рынка, выработки тактики маркетинга, для обеспечения роста компании и др. Применяются методы активного обучения, такие как решение кейс-задачи и ситуаций, индивидуальные и групповые проекты.	Психология управления, Клиентоориентированный маркетинг	Научно-исследовательская работа магистранта, Итоговая аттестация	ЛМТ	

Заведующий кафедрой  
«Логистика и менеджмент на транспорте»

  
22.02.23. Мусалиева Р.Д.

Согласовано :  
Руководитель ТОО «Global Trans Logistics»

  
28.02.23. Борщ А.Б.

