

Общая характеристика основной образовательной программы высшего образования

Форма обучения очная

Срок освоения ООП 2 года

I. Общая структура программы		Трудоемкость (зачетные единицы)
Блок 1	Дисциплины (модули), суммарно	60
	Базовая часть, суммарно	18
	Вариативная часть, суммарно	42
Блок 2	Практики, в т.ч. НИР (при наличии НИР), суммарно	54
	Базовая часть (при наличии), суммарно	
	Вариативная часть, суммарно	
Блок 3	Государственная итоговая аттестация, суммарно	6
	Базовая часть, суммарно	
Общий объем программы в зачетных единицах		• 12

Направленность (профиль) основной образовательной программы

Магистерская программа «Маркетинг в торговле» разработана с целью овладения учащимися глубокими теоретическими и практическими знаниями и аналитико-исследовательскими навыками в сфере стратегического маркетингового управления современными предприятиями (организациями) на основе выявления рентабельных рыночных сегментов, изучения покупательских предпочтений, конкурентной среды и предложения товарного ассортимента, востребованного обществом, что определяет эффективность бизнеса и финансовый результат. Магистерская программа подготовлена с использованием методик в области современных маркетинговых технологий и предусматривает приобретение практических навыков управления маркетинговой деятельностью предприятия (организации) в рыночных условиях с целью овладения компетенциями эффективной профессиональной деятельности в области маркетинга в торговле, а также в научно-исследовательской и аналитической работе по управлению маркетинговыми подразделениями (отделами).

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры по направлению подготовки «Торговое дело», включает: организацию, управление и проектирование процессов в области коммерческой деятельности, маркетинга, торговой рекламы, логистики в торговле, товароведения и экспертизы товаров, материально-технического снабжения и сбыта, торгово-посреднической деятельности.

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры по направлению подготовки 38.04.06 по профилю подготовки «Маркетинг в торговле», являются:

- товары потребительского и производственно-технического назначения;
- услуги по торговому обслуживанию покупателей;
- коммерческие, товароведные, логистические, торгово-технологические и маркетинговые процессы;
- выявляемые и формируемые потребности;
- средства рекламы;
- методы и средства испытания и контроля качества товаров;
- научно-исследовательские процессы, образовательные средства и методы.

Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу магистратуры:

- торгово-технологическая;
- организационно-управленческая;
- научно-исследовательская;
- проектная;
- экспертная;
- педагогическая.