

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Романчук Иван Сергеевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 14.10.2022 15:04:16

Уникальный программный ключ:

6319edc2b582ffdacea443f01d5779368d0957ac34f5ca074882181130432479

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Дополнения и изменения к образовательной программе
высшего образования 38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Смарт-маркетинг: международное развитие бизнеса

Форма обучения: очная

Год начала подготовки: 2022

На основании решения ученого совета Финансово-экономического института от 17.05.2022 г., протокол №5 в образовательную программу высшего образования направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Смарт-маркетинг: международное развитие бизнеса» для обучающихся 2022 года поступления внесены изменения в учебный план, рабочие программы соответствующих дисциплин и практик, аннотации к ним и оценочные материалы (Приложение 1):

- в названия дисциплин, содержащих в названии англоязычный компонент;
- последовательность преподавания отдельных дисциплин в учебных семестрах;
- результаты освоения дисциплин;
- формы промежуточной аттестации по дисциплинам и практикам.

Дополнения и изменения в образовательную программу высшего образования рассмотрены и одобрены на заседании Ученого совета. Протокол от «20» июня 2022 г. № 11.

Дополнения / изменения в части названия дисциплин, форм промежуточной аттестации и результатов освоения, внесенные в структурные компоненты ОП ВО

38.04.02 Менеджмент: Смарт-маркетинг: международное развитие бизнеса

Форма обучения: очная

Год начала подготовки: 2022

1. Изменения в названии дисциплин, содержащих в названии англоязычный компонент.

Изменение названия (без изменения объема, формы контроля и результатов освоения дисциплины) касаются следующих дисциплин учебного плана:

- дисциплина «SMM-продвижение в социальных сетях» переименована в дисциплину «Продвижение в социальных сетях»;
- дисциплина «Digital маркетинг» переименована в дисциплину «Диджитал маркетинг».

2. В рабочие программы соответствующих дисциплин, аннотации к ним и оценочные материалы внесены следующие изменения, касающиеся последовательности преподавания и объема в зачетных единицах отдельных дисциплин учебного плана:

Наименование дисциплины	Семестр	Объем дисциплины (з.е.)	Форма промежуточной аттестации	Оценочные материалы
Международный менеджмент и социальная ответственность бизнеса	2	без изменений	зачет (без изменений)	без изменений
Брендинг	2	3	зачет (без изменений)	без изменений
Аналитика интернет-маркетинга	4	2	зачет (без изменений)	без изменений
Стратегические коммуникации и брендинг территорий	без изменений	2	экзамен (без изменений)	без изменений
Профессиональный семинар	без изменений	3	зачет (без изменений)	без изменений

3. В рабочие программы соответствующих дисциплин и практик, аннотации к ним и оценочные материалы внесены следующие изменения, касающиеся последовательности преподавания отдельных дисциплин учебного плана и формы промежуточной аттестации:

Наименование дисциплины	Семестр	Форма промежуточной аттестации	Оценочные материалы
Международный бизнес: стратегии развития	1	зачет	Вопросы для обсуждения План и защита презентации

			Тест для контроля полученных знаний (зачет)
Преддипломная практика	Без изменений	дифференцированный зачет	Дневник прохождения преддипломной практики Отчет по практике Защита отчета
Коммуникационная политика в маркетинге	Без изменений	зачет	Опрос на практическом занятии Тест Реферат Ситуация/ практическое задание Вопросы к зачету
Кросс-культурный менеджмент	Без изменений	зачет	Опрос на практическом занятии Мини-кейс Тест Творческое задание Задания для зачета в виде контрольной работы(итоговый тест закрытого типа)
Международные корпорации: механизмы управления и развития	Без изменений	зачет	Опрос на практическом занятии Мини-кейс Тест Творческое задание Задания для зачета в виде контрольной работы(итоговый тест закрытого типа)
Цифровизация бизнеса и международные практики менеджмента	Без изменений	зачет	Опрос на практическом занятии Тест Задания для зачета в виде контрольной работы (итоговый тест закрытого типа)

4. В рабочие программы соответствующих дисциплин, аннотации к ним и оценочные материалы внесены изменения в результаты освоения дисциплин:

Название дисциплины	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами обучения
Аналитика интернет-маркетинга	ПК-3 Способность осуществлять различные виды маркетинговой деятельности, обосновывать и реализовывать проекты маркетинговых исследований и готовить	Знает методы и способы организации аналитической деятельности в Интернете; этапы

	<p>аналитические материалы для принятия управленческих решений в области стратегического и операционного менеджмент-маркетинга.</p>	<p>работ при реализации интернет-аналитики в цифровой среде.</p> <p>Умеет готовить аналитические материалы на основе данных интернет-маркетинга для принятия управленческих решений в области стратегического и операционного менеджмент-маркетинга.</p>
<p>Брендинг</p>	<p>ПК-2 Способность разрабатывать программы организационного развития и изменений, корпоративную стратегию, стратегию бизнеса, функциональные стратегии организации и обеспечивать их реализацию;</p> <p>ПК-3 Способность осуществлять различные виды маркетинговой деятельности, разрабатывать, обосновывать и реализовывать проекты маркетинговых исследований и готовить аналитические материалы для принятия управленческих решений в области стратегического и операционного менеджмент-маркетинга;</p> <p>ПК-4 Способность разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, решать задачи, связанные с созданием и выведением на российский и международный рынок новых продуктов, в том числе инновационных, оценивать потенциал и разрабатывать стратегии освоения новых рынков, организовывать и осуществлять внешнеэкономическую деятельность. Знает способы разработки программ оргизменений и стратегий различного уровня, осуществления различных видов маркетинговой деятельности; методы разработки, обоснования и реализации проектов маркетинговых исследований; способы и процедуры подготовки аналитических материалов для принятия управленческих решений в области стратегического и операционного менеджмент-маркетинга.</p>	<p>Знает способы разработки программ оргизменений и стратегий различного уровня, осуществления различных видов маркетинговой деятельности; методы разработки, обоснования и реализации проектов маркетинговых исследований; способы и процедуры подготовки аналитических материалов для принятия управленческих решений в области стратегического и операционного менеджмент-маркетинга.</p> <p>Умеет осуществлять различные виды маркетинговой деятельности; применять методы разработки, обоснования и реализации проектов маркетинговых исследований; решать задачи, связанные с созданием и выведением на российский и международный рынок новых продуктов применять способы и процедуры подготовки аналитических материалов для принятия управленческих решений в области стратегического и операционного менеджмент-маркетинга; разрабатывать стратегии освоения новых рынков, организовывать и осуществлять внешнеэкономическую деятельность.</p>