Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Юров Сергей Серафимович
Должность: ректор
Дата подписания: 02.10.2026 14:22:23
Уникальный программный ключ:
3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

B&D
Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Институт бизнеса и дизайна»

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом АНО ВО
«Институт бизнеса и дизайна»
Протокол № 05-26 от 27.08.2026
Председатель Ученого совета
Юров С.С.
актуализированная версия
от 21.09.2026

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ

«Бренд-дизайн»

сфера деятельности: «Менеджмент»

Срок обучения 82 недели (1 год 7 месяцев)

Москва, 2026

Разработчик программы профессиональной переподготовки:
Дымова С.С. – кандидат экономических наук, доцент, первый проректор АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»
Кожанов А.С. – член Совета Ассоциации брендинговых компаний России, член Союза художников России.

Разработчики рабочих программ:
Матюшкин В.С.- кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента
Федоров А.В. – доцент кафедры менеджмента

Программа утверждена решением Ученого совета АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» «27» августа 2026 г. Протокол № 05-26

Аннотация

Программа профессиональной переподготовки «Бренд-дизайн» соответствует требованиям профессионального стандарта «Маркетолог», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 ноября 2023 г. №790н (зарегистрирован Минюстом России 12.12.2023, рег. №76349), учитывает требования:
Профессионального стандарта «Маркетолог» (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 ноября 2023 г. №790н);
квалификационного справочника «Начальник отдела маркетинга», а также квалификационного справочника «Начальник отдела по связям с общественностью».
Требования к поступающим на обучение: высшее образование, обучение по программам бакалавриата, магистратуры.
Программа направлена на совершенствование имеющихся у слушателей компетенций, а также на получение ими новых компетенций, необходимых для профессиональной деятельности.
После успешного освоения программы слушатели получают диплом о профессиональной переподготовке без присвоения квалификации с правом работы в сфере менеджмента
Программа реализуется в объеме 1512 часов, что составляет 42 ЗЕТ
Срок обучения 82 недели (1 год 7 месяцев)

СОДЕРЖАНИЕ

	Введение……	4
1	Цель программы профессиональной переподготовки…….	6
2	Планируемые результаты обучения……..	6
3	Учебный план…….	26
4	Календарный учебный график …….	28
5	Организационно-педагогические условия реализации программы……	29
6	Формы аттестации и критерии оценивания результатов обучения…….	30

Приложение 1 Рабочие программы учебных дисциплин

Приложение 2 Программа итоговой аттестации

ВВЕДЕНИЕ

Программа профессиональной переподготовки «Бренд-дизайн», является дополнительной профессиональной программой, представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогические условия, форма аттестаций, разработанной и утвержденной Автономной некоммерческой организацией высшего образования «Институтом бизнеса и дизайна» (далее – Институт) с учетом потребностей общероссийского и регионального рынка труда.

Программа разработана на основе следующих нормативных документов:

– Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. №197-ФЗ;

– Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 апреля 2013 г. №148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов»;

– Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 24 марта 2025 г. №266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам» (зарегистрирован Минюстом России 22.04.2025, рег. №81928);

– Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих 4-е издание, дополненное, утвержденного постановлением Минтруда РФ от 21 августа 1998 г. N 37;

– Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 ноября 2023 г. №790н (зарегистрирован Минюстом России 12.12.2023, рег. №76349);

– Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. №970 (зарегистрирован Минюстом России 25.08.2020, рег. №59449), с изменениями и дополнениями;

– Устав Автономной некоммерческой организации высшего образования «Институт бизнеса и дизайна»;

– Положение о порядке разработки и утверждения дополнительных профессиональных программ в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», утвержденное Ученым советом 24.09.2015 г., протокол № 5-15.

Перечень определений и сокращений:

ВО - высшее образование

УК - универсальные компетенции (на основе ФГОС ВО)

ОПК - общепрофессиональные компетенции (на основе ФГОС ВО)

ОТФ - обобщенная трудовая функция

ПК - профессиональные компетенции (на основе ФГОС ВО)

ПС - профессиональный стандарт

ТФ - трудовая функция

ФГОС - федеральный государственный образовательный стандарт

Таблица 1 - Связь дополнительной профессиональной программы с профессиональными стандартами и квалификационным справочником

Вид профессиональной деятельности ФГОС ВО	Наименование выбранного профессионального стандарта (одного или нескольких)	Вид трудовой деятельности Уровень квалификации, ОТФ, ТФ (код и расшифровка кода)
Организационно-управленческая	Профессиональный стандарт «Маркетолог» (код 08.035), утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 08.11.2023 №790н	Вид профессиональной деятельности - Организация и управление маркетинговой деятельностью. Квалификационные уровни – 6-7 **ОТФ**: **А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень 6);** A/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования A/02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга **В. Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга, в том числе создание и управление брендами (уровень 7)** **ТФ:** B/01.7. Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации B/04.7. Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации
	Квалификационный справочник *Начальник отдела маркетинга*	**ОТФ:** **Руководство отделом маркетинга** М1 Осуществляет разработку маркетинговой политики М2 Руководит проведением исследований основных факторов, формирующих динамику потребительского спроса на продукцию предприятия М3 Организует разработку стратегии проведения рекламных мероприятий в средствах массовой информации М4 Готовит предложения по формированию фирменного стиля предприятия и фирменного оформления рекламной продукции. М5 Участвует совместно с другими отделами в разработке предложений и рекомендаций по изменению технических, экономических и других характеристик продукции с целью улучшения ее потребительских качеств и стимулирования сбыта
	Квалификационный справочник *Начальник отдела по связям с общественностью*	**ОТФ:** **Руководство отделом по связям с общественностью** **ТФ** С 1 Руководит работой по созданию и реализации перспективных и текущих программ С2 Обеспечивает постоянную и эффективную двустороннюю связь руководства организации с организациями, различными группами общественности, средствами массовой информации.

		С3 Утверждает концепцию корпоративного издания, официального WEB-ресурса организации и других информационных материалов, выпускаемых организацией С4 Участвует в разработке и планировании стратегии рекламной политики организации и проведении отдельных мероприятий, направленных на ее реализацию; С5 Участвует в формировании благоприятного социально-психологического климата внутри организации.

1. ЦЕЛЬ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ

Целью настоящей программы является подготовка обучающихся для работы в сфере менеджмента для выполнения вида профессиональной деятельности - Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), визуальная и вербальная идентификация брендов, создание и управление нематериальными активами организации. Квалификационные уровни – 6-7.

Возможное наименование должности: Менеджер по брендингу, арт-директор, начальник отдела маркетинга, начальник отдела сбыта.

Группа занятий:

Руководители служб по сбыту и маркетингу (1221).

Для работы в качестве менеджера по брендингу, арт-директора, начальника отдела маркетинга, других отделов по профилю деятельности.

Возможное место работы (типы предприятий): коммерческие и некоммерческие организации.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Совершенствование имеющихся компетенций: УК-4, УК-6

УК-4 - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Формирование новых компетенций:

ОПК-3 - Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия, в том числе на этапах поэтапного контроля реализации бизнес-планов, соглашений и договоров, документального оформления принятых решений

УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде, в том числе используя навыки мотивации, лидерства и разрешения конфликтных ситуаций в межличностных, групповых и организационных коммуникациях

УК-2 - Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе при участии в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений

ОПК-4 - Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и

организаций, координировать деятельность исполнителей при реализации соглашений, договоров и контрактов.

ОПК-5 - Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.

ПК-1 - Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений (компетенция определена организацией на основе профессионального стандарта «Маркетолог», утв. приказом Минтруда России от 08.11.2023 №790н, ОТФ А)

ПК-2 - Способен разрабатывать и управлять коммуникационными системами, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами (компетенция определена организацией на основе профессионального стандарта «Маркетолог», ОТФ В)

Декомпозиция заявленных компетенций (владеть, уметь, знать) с указанием критериев их оценивания представлена в картах компетенций.

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ
Программа: «Бренд-дизайн»

КАРТА КОМПЕТЕНЦИИ УК-4- Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (совершенствование компетенции)

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ И КРИТЕРИИ ИХ ОЦЕНИВАНИЯ

Планируемые результаты обучения	**Критерии оценивания результатов обучения**			
	2	**3**	**4**	**5**
Владеть навыками коммуникации в устной и письменной формах для решения профессиональных задач	Не владеет навыком	Владеет некоторыми навыками, испытывает затруднения с применением технологий	Владеет некоторыми навыками и современными технологиями	Владеет в полной мере современными навыками и технологиями
Уметь: Устанавливать коммуникации в устной и письменной формах межличностного взаимодействия с работниками организации и внешними заказчиками для решения профессиональных задач. Использовать эффективные источники передачи информации	Не демонстрирует умения, либо умеет выполнять менее 50% из перечисленного	Демонстрирует умения выполнять от 51 до 69% от перечисленного	Демонстрирует умения выполнять от 70 до 90% от перечисленного	Умеет в полном объеме
Знать: систему коммуникаций в устной и письменной формах, нормы и правила делового общения	Не имеет указанных знаний. Либо имеет фрагментарные представления	Знает 50% и более из перечисленного допускает грубые ошибки	Знает более 50% перечисленного, делает ошибки, но способен их выявлять и исправлять их самостоятельно	Обладает полнотой знаний по всем вопросам

ПРОВЕРКА РЕЗУЛЬТАТОВ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

Слушатель, освоивший программу и развивший компетенцию УК-4 способен - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (совершенствование компетенции). Результаты формирования компетенции проверяются в процессе промежуточной аттестации

КАРТА КОМПЕТЕНЦИИ УК-6 - Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ И КРИТЕРИИ ИХ ОЦЕНИВАНИЯ

Планируемые результаты обучения	**Критерии оценивания результатов обучения**			
	2	**3**	**4**	**5**
Владеть Навыком познавательной деятельности, навыками разрешения проблем; поиска методов решения практических задач, формами и методами самообучения и самоконтроля.	Не владеет навыком	Владеет некоторыми навыками, испытывает затруднения с применением технологий	Владеет некоторыми навыками и современными технологиями	Владеет в полной мере современными навыками и технологиями
Уметь: самостоятельно оценивать роль новых знаний, навыков и компетенций в профессиональной деятельности; оценивать необходимость и возможность социальной, профессиональной адаптации, мобильности в современном обществе, планировать и осуществлять свою деятельность с учетом результатов анализа, оценивать и прогнозировать последствия своей социальной и профессиональной деятельности	Не демонстрирует умения, либо умеет выполнять менее 50% из перечисленного	Демонстрирует умения выполнять от 51 до 69% от перечисленного	демонстрирует умения выполнять от 70 до 90% от перечисленного	Умеет в полном объеме
Знать: систему самоорганизации и самообразования; виды самооценки, уровни притязаний, их влияния на результат образовательной, профессиональной деятельности; способы профессионального развития	Не имеет указанных знаний. Либо имеет фрагментарные представления	Знает 50% и более из перечисленного допускает грубые ошибки	Знает более 50% перечисленного, делает ошибки, но способен их выявлять и исправлять их самостоятельно	Обладает полнотой знаний по всем вопросам

ПРОВЕРКА РЕЗУЛЬТАТОВ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

Слушатель, освоивший программу и сформировавший УК-6 способен к Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. Результаты формирования компетенции проверяются в процессе освоения учебной дисциплины, промежуточной аттестации

КАРТА КОМПЕТЕНЦИИ ОПК-3 - Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ И КРИТЕРИИ ИХ ОЦЕНИВАНИЯ

Планируемые результаты обучения	**Критерии оценивания результатов обучения**			
	2	**3**	**4**	**5**
Владеть: Навыком информирования сотрудников о нормах и правилах обеспечения ценностей, культуры организации, используя различные виды коммуникаций Навыком составления прогнозов развития персонала, выявления возникающих проблем и поиск возможных вариантов их решения Навыком управления социальными процессами, создание благоприятного социально-психологического климата в коллективе, стимулирование и развитие форм участия работников в этих процессах, создание социальных гарантий, условий для утверждения здорового образа жизни	Не владеет навыком	Владеет некоторыми навыками, испытывает затруднения с применением технологий	Владеет некоторыми навыками и современными технологиями	Владеет в полной мере современными навыками и технологиями
Уметь: Моделировать развитие событий и оценивать их возможные последствия Оценивать планы, проекты, ситуации и возможные риски для результатов выполнения поставленных задач Планировать свою деятельности и деятельность организации в зоне ответственности Принимать системные решения в конкретных ситуациях в соответствии с ценностями и политикой организации (в зоне ответственности)	Не демонстрирует умения, либо умеет выполнять менее 50% из перечисленного	Демонстрирует умения выполнять от 51 до 69% от перечисленного	демонстрирует умения выполнять от 70 до 90% от перечисленного	Умеет в полном объеме
Знать: Корпоративные стандарты и методики адаптации ключевых сотрудников Правила и нормы охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты Принципы, методы и технологии организации и управления исследовательскими и экспериментальными работами, Принципы, методы и технологии предупреждения (разрешения) конфликтов (стрессов)	Не имеет указанных знаний. Либо имеет фрагментарные представления	Знает 50% и более из перечисленного допускает грубые ошибки	Знает более 50% перечисленного, делает ошибки, но способен их выявлять и исправлять их самостоятельно	Обладает полнотой знаний по всем вопросам

ПРОВЕРКА РЕЗУЛЬТАТОВ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

Слушатель, освоивший программу и сформировавший ОПК-3 способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия. Результаты формирования компетенции проверяются в процессе освоения учебной дисциплины, промежуточной аттестации

КАРТА КОМПЕТЕНЦИИ УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде, в том числе используя навыки мотивации, лидерства и разрешения конфликтных ситуаций в межличностных, групповых и организационных коммуникациях

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ И КРИТЕРИИ ИХ ОЦЕНИВАНИЯ

Планируемые результаты обучения	**Критерии оценивания результатов обучения**			
	2	**3**	**4**	**5**
Владеть: Способами подбора конкурентоспособных профессионалов, и созданием условий для реализации необходимых компетенций Навыком оказания методической помощи ключевым работникам подразделений Мерами по обеспечению предприятия квалифицированным персоналом. Навыком формирования и подготовки резерва кадров по программе социально-психологической адаптации в коллективе и ввода в должность Программами социально-психологической адаптации и ввода новых сотрудников Пониманием основных положений и требований должностных инструкций к каждой должностной позиции	Не владеет навыком	Владеет некоторыми методиками, испытывает затруднения с применением технологий	Владеет некоторыми методиками, и современными технологиями в узких рамках	Владеет в полной мере современными методиками и технологиями
Уметь: Осуществлять сотрудничество и взаимодействие в рамках корпоративной этики Оценивать индивидуальный вклад сотрудников в достижение общих целей, их реальные и потенциальные возможности, строить межличностные отношения Принимать на себя социальные обязательства и этические ограничения, установленные на предприятии в рамках корпоративной и профессиональной этики, следовать им	Не демонстрирует умения, либо умеет выполнять менее 50% из перечисленного	Демонстрирует умения выполнять от 51 до 69% от перечисленного	Демонстрирует умения выполнять от 70 до 90% от перечисленного	Умеет в полном объеме
Знать: Законодательные и правовые акты по вопросам труда и социального развития персонала Корпоративные стандарты и методики адаптации ключевых сотрудников Методы оценки работников и результатов труда, их аттестации Принципы, методы и технологии предупреждения (разрешения) конфликтов Принципы, методы, технологии и инструменты корпоративной культуры, межличностных и корпоративных коммуникаций, этика делового общения Современные концепции и теории управления персоналом и его мотивации Формы и системы оплаты труда, политики материального стимулирования, системы рационализации структур и штатов, укрепления дисциплины труда	Не имеет указанных знаний. Либо имеет фрагментарные представления	Знает 50% и более из перечисленного допускает грубые ошибки	Знает более 50% перечисленного, делает ошибки, но способен их выявлять и исправлять их самостоятельно	Обладает полнотой знаний по всем вопросам

ПРОВЕРКА РЕЗУЛЬТАТОВ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

Слушатель, освоивший программу и сформировавший УК-3 способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде, используя навыки мотивации, лидерства и разрешения конфликтных ситуаций в межличностных, групповых и организационных коммуникациях

Результаты формирования компетенции проверяются в процессе освоения учебной дисциплины, промежуточной аттестации.

КАРТА КОМПЕТЕНЦИИ УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе при участии в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ И КРИТЕРИИ ИХ ОЦЕНИВАНИЯ

Планируемые результаты обучения	**Критерии оценивания результатов обучения**			
	2	**3**	**4**	**5**
Владеть: Арсеналом современного инструментария управления проектами. Навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией; управлять поставками, рисками и человеческими ресурсами при управлении проектами; Методами и приемами анализа управленческих процессов.	Навыки отсутствуют	Навыки сформированы не полностью от 50 до 70% перечисленного	Навыки в целом сформированы (70-90%), но допускаются ошибки, которые могут быть выявлены и исправлены самостоятельно	Владеет в полной мере
Уметь: Использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки; Использовать проектный анализ; Организовывать систему управления проектом; Учитывать действующие правовые нормы, имеющиеся ресурсы и ограничения при выборе оптимального способа решения поставленной задачи	Не демонстрирует умения, либо умеет выполнять менее 50% из перечисленного	Демонстрирует умения выполнять от 51 до 69% от перечисленного	Демонстрирует умения выполнять от 70 до 90% от перечисленного	Умеет в полном объеме
Знать: Модели и методы управления проектом на стадиях его разработки и реализации, их возможности и ограничения, порядок использования; Основные процессы и подсистемы проектного управления; Действующие правовые нормы и ограничения, регламентирующие профессиональную деятельность в области брендинга и маркетинговых коммуникаций.	Не имеет указанных знаний. Либо имеет фрагментарные представления	Знания носят фрагментарный характер более, чем 50% необходимого	В целом знает более 70% от необходимого, допускает незначительные ошибки	Обладает полнотой знаний по всем вопросам

ПРОВЕРКА РЕЗУЛЬТАТОВ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

Слушатель, освоивший программу и сформировавший УК-2 способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений
Результаты формирования компетенции проверяются в процессе освоения учебной дисциплины, промежуточной аттестации

КАРТА КОМПЕТЕНЦИИ ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций, координировать деятельность исполнителей при реализации соглашений, договоров и контрактов

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ И КРИТЕРИИ ИХ ОЦЕНИВАНИЯ

Планируемые результаты обучения	**Критерии оценивания результатов обучения**			
	2	**3**	**4**	**5**
Владеть: Навыком заключения договоров и осуществление контроля над их разработкой Навыком обеспечения запуска проектов Навыком организации производства работ в соответствии с проектной документацией, учетом движения продукции, выполнения заданий с соблюдением безопасных условий труда Навыком внедренных решений, получения лицензий и прав на интеллектуальную собственность **Уметь:** Проявлять творчество, инициативу, способность к инновациям Анализировать деятельность организации, производственные ситуаций, финансовую информацию Отстаивать собственные позиции, с учетом мнений оппонентов Оценивать эффективность бизнес-процессов, процедур, комплексов работ и их исполнителей Применять действующие стандарты и нормативно-техническую документацию Принимать системные решения в конкретных ситуациях в соответствии с ценностями и политикой организации (в зоне ответственности) Разрешать коллективные споры и организовывать взаимодействие в коллективе Синтезировать информацию из множественных источников Формировать, готовить и транслировать информацию по адекватным информационным каналам **Знать**: Основы оценки интеллектуальной собственности и ее коммерциализации Порядок составления ведомостей дефектов, технической документации Технические характеристики, оборудование и правила его эксплуатации Современные вычислительные и телекоммуникационные средства, возможности их применения Специфику отрасли и производственной деятельности организации Стандарты, технические условия по разработке и оформлению документации, Технологии, соответствующие зоне ответственности производства, технические требования к материалам и готовой продукции	Навыки отсутствуют Не демонстрирует умения, либо умеет выполнять менее 50% из перечисленного Не имеет указанных знаний. Либо имеет фрагментарные представления	Навыки сформиро-ваны не полностью от 50 до 70% перечисленного Демонстрирует умения выполнять от 51 до 69% от перечисленного Знания носят фрагментарный характер более, чем 50% необходимого	Навыки в целом сформированы (70-90%), но допускаются ошибки, которые могут быть выявлены и исправлены самостоятельно Демонстрирует умения выполнять от 70 до 90% от перечисленного В целом знает более 70% от необходимого, допускает незначительные ошибки	Владеет в полной мере Умеет в полном объеме Обладает полнотой знаний по всем вопросам

ПРОВЕРКА РЕЗУЛЬТАТОВ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

Слушатель, освоивший программу и сформировавший ОПК-4 способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций, координировать деятельность исполнителей при реализации соглашений, договоров и контрактов
Результаты формирования компетенции проверяются в процессе освоения учебной дисциплины, промежуточной аттестации

КАРТА КОМПЕТЕНЦИИ ОПК-5 Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ И КРИТЕРИИ ИХ ОЦЕНИВАНИЯ

Планируемые результаты обучения	**Критерии оценивания результатов обучения**			
	2	**3**	**4**	**5**
Владеть: Основными современными информационными технологиями и программными средствами, применяемыми в маркетинге и брендинге; Навыками сбора, хранения и интеллектуального анализа крупных массивов маркетинговых и потребительских данных	Навыки отсутствуют	Навыки сформированы не полностью от 50 до 70% перечисленного	Навыки в целом сформированы (70-90%), но допускаются ошибки, которые могут быть выявлены и исправлены самостоятельно	Владеет в полной мере
Уметь: Использовать цифровые платформы и программные средства для решения профессиональных задач бренд-маркетинга; Анализировать крупные массивы данных и интерпретировать результаты их интеллектуальной обработки для принятия маркетинговых решений.	Не демонстрирует умения, либо умеет выполнять менее 50% из перечисленного	Демонстрирует умения выполнять от 51 до 69% от перечисленного	Демонстрирует умения выполнять от 70 до 90% от перечисленного В целом знает более 70% от необходимого, допускает незначительные ошибки	Умеет в полном объеме
Знать: Основные информационные технологии и программные средства, применяемые в маркетинге и брендинге (CRM-системы, инструменты digital- и веб-аналитики, автоматизации маркетинга); Методы и принципы интеллектуального анализа больших массивов данных (Big Data) для выявления потребительских инсайтов и трендов	Не имеет указанных знаний. Либо имеет фрагментарные представления	Знания носят фрагментарный характер более, чем 50% необходимого		Обладает полнотой знаний по всем вопросам

ПРОВЕРКА РЕЗУЛЬТАТОВ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

Слушатель, освоивший программу и сформировавший ОПК-5 способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.
Результаты формирования компетенции проверяются в процессе освоения учебной дисциплины, промежуточной аттестации

КАРТА КОМПЕТЕНЦИИ ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ И КРИТЕРИИ ИХ ОЦЕНИВАНИЯ

Планируемые результаты обучения	**Критерии оценивания результатов обучения**			
	2	**3**	**4**	**5**
Владеть: Основными способами проведения маркетингового исследования Методами проведения маркетинговых исследований в сфере деятельности Навыком разработки программы продвижения продукции организации и привлечения потребителей Навыком разработки плана рекламных мероприятий по одному виду или группе товаров (услуг)	Навыки отсутствуют	Навыки сформированы не полностью от 50 до 70% перечисленного	Навыки в целом сформированы (70-90%), но допускаются ошибки, которые могут быть выявлены и исправлены самостоятельно	Владеет в полной мере
Уметь: Применять традиционные методы маркетинговых исследований потребительского поведения Эффективно использовать инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей Разрабатывать программы продвижения продукции организации и привлечения потребителей Разрабатывать план рекламных мероприятий по одному виду или группе товаров (услуг)	Не демонстрирует умения, либо умеет выполнять менее 50% из перечисленного	Демонстрирует умения выполнять от 51 до 69% от перечисленного	Демонстрирует умения выполнять от 70 до 90% от перечисленного	Умеет в полном объеме
Знать: Основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей Цели, задачи, виды маркетинговых исследований поведения потребителей Принципы и механизм разработки программы продвижения продукции организации и привлечения потребителей Принципы и механизм разработки плана рекламных мероприятий по одному виду или группе товаров (услуг)	Не имеет указанных знаний. Либо имеет фрагментарные представления	Знания носят фрагментарный характер более, чем 50% необходимого	В целом знает более 70% от необходимого, допускает незначительные ошибки	Обладает полнотой знаний по всем вопросам

ПРОВЕРКА РЕЗУЛЬТАТОВ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

Слушатель, освоивший программу и сформировавший ПК-1 способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений Результаты формирования компетенции проверяются в процессе освоения учебной дисциплины, промежуточной аттестации

КАРТА КОМПЕТЕНЦИИ ПК-2 Способен разрабатывать и управлять коммуникационными системами, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ И КРИТЕРИИ ИХ ОЦЕНИВАНИЯ

Планируемые результаты обучения	**Критерии оценивания результатов обучения**			
	2	**3**	**4**	**5**
Владеть: Понятийным аппаратом в области поведения потребителей Принципами формирования современного покупательского поведения Навыком эффективного выбора форм и методов рекламы в средствах массовой информации, их текстового, цветового и музыкального оформления. Навыком руководства разработкой рекламных текстов, плакатов, проспектов, каталогов, буклетов, контроля их качества Навыком обеспечения связи с потребителями, партнерами и другими группами общественности.	Навыки отсутствуют	Навыки сформиро-ваны не полностью от 50 до 70% перечислен-ного	Навыки в целом сформированы (70-90%), но допускаются ошибки, которые могут быть выявлены и исправлены самостоятельно	Владеет в полной мере
Уметь: Разрабатывать концепцию и творческую стратегию рекламной кампании бренда; Принимать участие в формировании рекламной стратегии и продвижении бренда Осуществлять выбор форм и методов рекламы в средствах массовой информации, их текстового, цветового и музыкального оформления. Осуществлять руководство разработкой рекламных текстов, плакатов, проспектов, каталогов, буклетов, контроля их качества Обеспечивать связь с потребителями, партнерами и другими группами общественности.	Не демонстрирует умения, либо умеет выполнять менее 50% из перечисленного	Демонстрирует умения выполнять от 51 до 69% от перечисленног о	Демонстрирует умения выполнять от 70 до 90% от перечисленного	Умеет в полном объеме
Знать: Основные термины и методы управления брендами и коммуникационными системами; Принципы интеграции различных средств продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций (ATL, BTL, digital); Способы обеспечения двусторонней связи с потребителями, партнерами и другими группами общественности.	Не имеет указанных знаний. Либо имеет фрагментарные представления	Знания носят фрагментарны й характер более, чем 50% необходимого	В целом знает более 70% от необходимого, допускает незначительные ошибки	Обладает полнотой знаний по всем вопросам

ПРОВЕРКА РЕЗУЛЬТАТОВ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИИ

Слушатель, освоивший программу и сформировавший ПК-2 способен разрабатывать и управлять коммуникационными системами, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами

Результаты формирования компетенции проверяются в процессе освоения учебной дисциплины, промежуточной аттестации

Таблица 5- Матрица компетенций с указанием оценочных средств

Код компетенции \ ОС	Брендинг в системе маркетинга	Основы брендинга	Визуальная идентификация бренда	Вербальная идентификация бренда	Практический курс проектирования потребительского бренда	Бренд-дизайн	Бренд-стратегия	Бренд-менеджмент	Практический курс проектирования социального бренда	Психология в маркетинге	Инструменты бренд-стратегии	Маркетинговые коммуникации	Практический курс проектирования ритейл-бренда	Арт-дирекшн	Практический курс проектирования корпоративного бренда	Углубленный курс бренд-дизайна	Итоговая аттестация
УК-2			X	X	X	X	X	X	X				X		X	X	X
УК-3									X	X	X	X		X	X		X
УК-4	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
УК-6	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
ОПК-3	X	X					X	X		X	X	X		X			X
ОПК-4			X	X	X	X	X	X	X		X	X	X		X	X	X
ОПК-5	X	X				X	X				X					X	X
ПК-1	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X		X	X	X
ПК-2	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X
Форма аттестации	**Э**	**З**	**Э**	**ЗО**	**ЗО**	**Э**	**Э**	**Э**	**ЗО**	**З**	**З**	**Э**	**ЗО**	**Э**	**ЗО**	**З,Э**	**ИА**

3. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Трудоемкость: 1512 часов, что составляет 42 ЗЕТ
Срок обучения: 82 недели (1 год 7 месяцев)
Режим занятий: 10 аудиторных часов в неделю в течение четырех семестров (суббота, воскресенье).

Наименование дисциплин	Форма контроля	ЗЕТ	Итого акад.часов				Курс 1													Курс 2											
							Сем. 1							Сем. 2							Сем. 3							Сем. 4				
			По плану	Контакт часы	СР	Контроль	з.е.	Итого	Конт	Лек	Пр	СР	Контроль	з.е.	Итого	Конт	Лек	Пр	СР	Контроль	з.е.	Итого	Конт	Лек	Пр	СР	Контроль	з.е.	Итого	Конт	Лек	Пр	СР	Контроль
Брендинг в системе маркетинга	Экзамен	**3**	108	40	50	18	3	108	40	16	24	50	18																			
Основы брендинга	Зачет	**2**	72	40	32		2	72	40	16	24	32																				
Визуальная идентификация бренда	Экзамен	**2**	72	32	22	18	2	72	32	16	16	22	18																			
Вербальная идентификация бренда	Зачет с оценкой	**2**	72	32	40		2	72	32	16	16	40																				
Практический курс проектирования потребительского бренда	Зачет с оценкой	**1**	36	24	12		1	36	24		24	12																				
Бренд-дизайн	Экзамен	**3**	108	48	33	27								3	108	48	16	32	33	27												
Бренд-стратегия	Экзамен	**3**	108	48	33	27								3	108	48	16	32	33	27												
Бренд-менеджмент	Экзамен	**3**	108	48	33	27								3	108	48	16	32	33	27												
Практический курс проектирования социального бренда	Зачет с оценкой	**1**	36	24	12									1	36	24		24	12													
Психология в маркетинге	Зачет	**2**	72	24	48																2	72	24	8	16	48						
Инструменты бренд-стратегии	Зачет	**2**	72	32	40																2	72	32	16	16	40						
Маркетинговые коммуникации	Экзамен	**2**	72	34	20	18															2	72	34	18	16	20	18					
Практический курс проектирования ритейл-бренда	Зачет с оценкой	**1**	36	24	12																1	36	24		24	12						
Арт-дирекшн	Экзамен	**2**	72	40	14	18																						2	72	40	16	24	14	18
Практический курс проектирования корпоративного бренда	Зачет с оценкой	**2**	72	24	48																							2	72	24		24	48	
Углубленный курс бренд-дизайна	Зачет (3 сем.) Экзамен (4 сем.)	**5**	180	136	26	18															2	72	48	16	32	24		3	108	88	32	56	2	18
Итоговая аттестация	Экзамен	**6**	216		216																							6	216				216	
Итого:		**42**	**1512**	**650**	**691**	**171**	**10**	**360**	**168**	**64**	**104**	**156**	**36**	**10**	**360**	**168**	**48**	**120**	**111**	**81**	**9**	**324**	**162**	**58**	**104**	**144**	**18**	**13**	**468**	**152**	**48**	**104**	**280**	**36**

4.КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки
"Бренд-дизайн"

-

Мес	Сентябрь					Октябрь				Ноябрь				Декабрь					Январь			Февраль				Март					Апрель				Май				Июнь					Июль				Август			
Числа	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28	29 - 5	6 - 12	13 - 19	20 - 26	27	3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 30	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28	29	5 - 11	12 - 18	19 - 25	26	2 - 8	9 - 15	16 - 22	23	2 - 8	9 - 15	16 - 22	23 - 29	30	6 - 12	13 - 19	20 - 26	27	4 - 10	11 - 17	18 - 24	25 - 31	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28	29	6 - 12	13 - 19	20 - 26	27	3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 31
Нед	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52
I	=	=	=	=	= = 					* 								* * * *	* * * * * *			Э	Э	Э	* К К К К К	* *													* *				Э	Э	К	К	К	К
II	К	К	К	К	К К 					* 						Э	Э	К К К * * *	* * * * * *						* *			Э	Э	И А И А И А И А * И А	И А И А И А И А			=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=

Сводные данные

		Курс 1			Курс 2			Итого
		Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4	Всего	
	Теоретическое обучение	16 2/6	19 2/6	35 4/6	10 3/6	10	20 3/6	56 1/6
Э	Экзаменационные сессии	3	2	5	2	2	4	9
ИА	Итоговая аттестация					3 5/6	3 5/6	3 5/6
К	Продолжительность каникул	6 дн	59 дн	65 дн	3 дн		3 дн	68 дн
*	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	9 дн	4 дн	13 дн	4 дн	7 дн	11 дн	24 дн
Продолжительность		152 дн	213 дн	365 дн	96 дн	119 дн	215 дн	
Високосный год		-			-			

5. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Реализация дополнительной профессиональной программы (профессиональной переподготовки) осуществляется в соответствии с требованиями российского законодательства, нормативными актами Министерства образования науки РФ, Уставом АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» лицензией №1046 от 09 июля 2014 г., Приложением 1-2 к лицензии на осуществление образовательной деятельности. Серия 90П01№0036205 (размещена на сайте образовательной организации http://obe.ru/wp-content/uploads/2016/12/img307.jpg)

5.1.Требования к квалификации педагогических кадров

Реализация программы профессиональной переподготовки обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на условиях гражданско-правового договора.

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих реализацию образовательного процесса:

- наличие ученой степени (ученого звания) или:
- опыт работы в организации в должности, соответствующей профилю программы (менеджмент).

5.2. Требования к материально-техническим и информационным условиям

Для реализации программы предполагается использование имеющихся в институте учебных аудиторий для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения проектных работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещений для самостоятельной работы и помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования:

- Компьютерные классы, обеспечивающие доступ в Интернет
- Лекционные аудитории, оснащенные проектором, экраном, аудиосистемой
- Доступ в библиотечную систему http://biblioclub.ru/
- Стандартное программное обеспечение
- Аудитории для проведения групповых занятий.

Специальное оборудование и программное обеспечение для реализации данной программы, не предусматривается.

5.3.Требования к организации образовательного процесса

Обучение предполагает контактную работу с преподавателем (лекции, практические занятия), и асинхронное взаимодействие, предполагающее использование современных образовательных технологий.

В учебном процессе активно используются инновационные образовательные технологии, активные и интерактивные формы проведения занятий, которые призваны сформировать практико-ориентированные компетенции слушателей.

Образовательная деятельность обучающихся предусматривает следующие виды учебных занятий и учебных работ: лекции, практические и семинарские занятия, круглые столы, мастер-классы, тренинги, семинары по обмену опытом, консультации и другие виды учебных занятий.

Для осуществления индивидуальных консультаций, изучения учебного материала и дополнительной научно-методической литературы обучающейся получает ключ

доступа в электронную библиотечную систему Biblioclub.ru

По завершении реализации программы, как правило, проводится анкетирование обучающихся с целью изучения мнения по вопросу эффективности и информативности проведенного обучения, уровню организации учебного процесса, удовлетворенности учебно-методическими материалами, работниками образовательной организации. На заседании кафедры менеджмента и маркетинга проводится анализ высказанных предложений и пожеланий.

6. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Итоговая аттестация предполагает проверку результатов освоения программы профессиональной переподготовки, т.е. оценку сформированности всех компетенций, предусмотренных программой.

Аттестация осуществляется в форме итогового экзамена.

Таблица 3. – Предмет и объект оценивания с указанием критериев и шкал

Предмет оценивания *знания, умения, владение*	Объект оценивания - *продукт деятельности процесс, продукт и процесс*	Показатели оценки	Критерии оценки	Шкалы оценки
Знания УК-4, УК-6, ОПК-3, УК-2, УК-3, ОПК-4, ОПК-5, ПК-1 ПК-2	Ответ на вопросы экзаменационного билета и вопросы членов комиссии или отсутствие ответов	Актуальность Научность Полнота изложения	Не владеет знаниями в предметной области демонстрирует знания, но допускает ошибки, затрудняется при ответах на вопросы демонстрирует знания, отвечает на вопросы, допускает незначительные ошибки, способен исправлять их самостоятельно демонстрирует знания, уверенно и полно отвечает на вопросы	Неудовлетворительно Удовлетвори-тельно Хорошо Отлично
Умения УК-4, УК-6,	Выполнение практических	Достижение планового результата	Не демонстрирует	Не удовлетвори-тельно

ОПК-3, УК-2, УК-3, ОПК-4, ОПК-5, ПК-1 ПК-2	заданий в период обучения Работа в группе Участие в круглом столе, дискуссии	 Активность, инициатива, толерантность, лидерство Качество и полнота аргументов, умение отстоять свою точку зрения	Фрагментарно Выполнены 2 критерия из трех Демонстрирует в полной мере	Удовлетвори-тельно Хорошо Отлично
Навыки (опыт деятельности) УК-4, УК-6, ОПК-3, УК-2, УК-3, ОПК-4, ОПК-5, ПК-1 ПК-2	Использование полученных знаний в практической деятельности на предприятии в период обучения	Достижение поставленной цели в практической деятельности на предприятии (в организации) - самооценка	Ожидаемый результат от практической деятельности не получен Получен частично Результат недостаточно эффективен Получен эффективный результат	Неудовлетвори тельно Удовлетворите льно Хорошо Отлично

Оценочные материалы, методические указания и другая информация, касающаяся оценки результатов освоения программы приводится в программе итоговой аттестации (Приложение 2)

Таблица 4. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения программы соотнесенных с ФГОС ВО

Код компетенции в ДПП	**Соответствующий код и наименование компетенции по ФГОС ВО (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 №970)**	**Профессиональный стандарт «Маркетолог» (приказ Минтруда России от 08.11.2023 №790н), ОТФ**
УК-2	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	—
УК-3	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	—
УК-4	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах)	—
УК-6	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	—
ОПК-3	ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации и оценивать их последствия	—
ОПК-4	ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	—
ОПК-5	ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	—
ПК-1	Профессиональная компетенция определена организацией самостоятельно на основе профессионального стандарта (п. 3.4 ФГОС ВО)	ОТФ А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
ПК-2	Профессиональная компетенция определена организацией самостоятельно на основе профессионального стандарта (п. 3.4 ФГОС ВО)	ОТФ В. Разработка и реализация маркетинговых программ, в том числе создание и управление брендами

Выпускник, освоивший программу, должен овладеть компетенциями (знаниями, умениями и опытом деятельности, представленными в картах компетенций), которые являются необходимыми для выполнения трудовых функций.