

**Список учебных предметов/ курсов/ дисциплин (модулей), предусмотренных ОПОП  
«Маркетинг и управление брендами» по направлению подготовки 38.03.02  
Менеджмент**

1. История (история России, всеобщая история)
2. Философия
3. Право
4. Логистика
5. Маркетинг
6. Статистика
7. Физическая культура и спорт
8. Учет и анализ (финансовый учет, управленческий учет, финансовый анализ)
9. Методы принятия управленческих решений
10. Общая экономическая теория
11. Анализ данных
12. Иностранный язык
13. Безопасность жизнедеятельности
14. Информационные системы и технологии
15. Социология
16. Предпринимательство
17. Теория вероятностей и математическая статистика
18. Информационная система маркетинга и маркетинговые исследования
19. Управление брендами
20. Поведение потребителей
21. Микроэкономика
22. Макроэкономика
23. Высшая математика
24. Теория менеджмента
25. Финансовый менеджмент
26. Экономический анализ
27. Страхование
28. Профессиональный иностранный язык
29. Управление проектами
30. Введение в профессию
31. Е-коммерция
32. Бизнес-коммуникации и деловые взаимодействия
33. Маркетинговые модели и цифровые платформы
34. Интегрированные маркетинговые коммуникации
35. Цифровой маркетинг
36. Управление лояльностью потребителей
37. Продакт-менеджмент и маркетинг инноваций
38. Ценообразование и ценовая политика
39. Количественные методы исследований в маркетинге
40. Маркетинг услуг
41. Экономика маркетинга
42. Методы исследований в маркетинге
43. Управление маркетингом

44. Культура управления и основы лидерства в международном бизнесе
45. Управленческие решения и тимбилдинг
46. Лидерство
47. Организация и проведение event-мероприятий
48. Применение информационных систем 1С: ERP Управление предприятием
49. Введение в язык программирования Python
50. Цифровые технологии и средства работы с данными
51. Искусство ведения переговоров на английском языке
52. Межкультурная коммуникация в профессиональной деятельности
53. Организация международных переговоров
54. Межкультурная коммуникация в профессиональной сфере
55. Методы машинного обучения
56. Введение в искусственный интеллект
57. Принятие решений на основе данных
58. Теория рисков
59. Бизнес-аналитика инновационных проектов
60. Информация и основы прикладной аналитики
61. Инструменты платного веб-трафика
62. Маркетинг брендов
63. Маркетинг в социальных сетях
64. Персональный брендинг в цифровой среде
65. Операционное обеспечение маркетинга
66. Программная поддержка маркетинга и брендинга
67. Анализ маркетинговых данных на базе Python
68. Интеллектуальный анализ маркетинговых данных
69. Стратегии интернет-маркетинга
70. Стратегии бренд-менеджмента
71. Персонализация онлайн коммуникаций
72. Маркетинг вовлечения во взаимодействие с брендом
73. Управление продажами в глобальном интернет-бизнесе
74. Международный маркетинг и брендинг
75. Маркетинг цифровых стартапов
76. Брендинг высокотехнологичных продуктов
77. Оценка результативности маркетинга и веб-аналитика
78. Бренд-контроллинг и оценка маркетинговых активов
79. Интегрированные маркетинговые кампании некоммерческих организаций
80. Маркетинг и брендинг территории
81. Проект: Маркетинговый интернет-проект
82. Проект: Бренд-проект
83. Физическая культура и спорт (элективные дисциплины)
84. Устойчивый маркетинг
85. Классификационные виды анализа в маркетинге: факторный и кластерный анализы
86. Электронные закупки