

ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА  
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»

**«ОДОБРЕНО»**

решением Ученого совета  
ГОУ ВПО «ДОНАУИГС»  
Протокол № 1  
от «26» 09 20 21 г.

**«УТВЕРЖДЕНО»**

Ректор \_\_\_\_\_ Л.Б. Костровец

«26» \_\_\_\_\_ 20 21 г.



**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

по направлению подготовки

38.04.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки)

«Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»

(наименование магистерской программы)

магистр

(квалификация)

очная/заочная

(форма обучения)

2021 год

(год набора по учебному плану)

Донецк  
2021

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>РАЗДЕЛ I. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ</b>		....
1.1.	Назначение основной профессиональной образовательной программы высшего образования	....
1.2.	Нормативные документы для разработки основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)	....
1.3.	Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)	....
1.4.	Формы обучения и срок освоения образовательной программы	
1.5.	Требования к абитуриенту	....
<b>РАЗДЕЛ II. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ (МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)</b>		....
2.1.	Область профессиональной деятельности выпускника	....
2.2.	Сферы профессиональной деятельности выпускника	....
2.3.	Объекты профессиональной деятельности выпускника	....
2.4.	Задачи профессиональной деятельности выпускника	....
2.5.	Перечень профессиональных стандартов и описание трудовых функций	
<b>РАЗДЕЛ III. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ (МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)</b>		....
<b>РАЗДЕЛ IV. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ (МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)</b>		....
4.1.	Учебный план по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)	....
	Календарный учебный график по направлению подготовки 38.04.02	
4.2.	Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)	
	Структурно-логическая схема по направлению подготовки 38.04.02	
4.3.	Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)	
	Рабочие программы учебных дисциплин по направлению подготовки 38.04.02	
4.4.	Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)	
	Рабочие программы практик по направлению подготовки 38.04.02	
4.5.	Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-	....

- менеджмент»)
- 4.6. Особенности организации образовательного процесса по образовательным программам для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (инклюзивное образование)
- 4.7. Методические рекомендации по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)
- 4.7.1. Методические рекомендации по прохождению всех видов практик
- 4.7.2. Методические рекомендации по написанию выпускной квалификационной работы
- 4.7.3. Методические рекомендации по написанию курсовых работ
- РАЗДЕЛ V. ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ (МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)** ....
- Кадровое обеспечение образовательного процесса по направлению подготовки
- 5.1. 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») ....
- Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного
- 5.2. процесса по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») ....
- Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по
- 5.3. направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») ....
- Финансовые условия реализации основной профессиональной образовательной
- 5.4. программы высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)
- РАЗДЕЛ VI. ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ», ОБЕСПЕЧИВАЮЩАЯ РАЗВИТИЕ УНИВЕРСАЛЬНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКА** ....
- РАЗДЕЛ VII. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ (МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)** ....
- Фонды оценочных средств проведения текущего контроля успеваемости и
- 7.1. промежуточной аттестации по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») ....
- Государственная итоговая аттестация выпускника основной профессиональной
- 7.2. образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») ....
- Государственная итоговая аттестация и фонды оценочных средств, для
- 7.3. проведения Государственной итоговой аттестации обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)

**РАЗДЕЛ VIII. ОРГАНИЗАЦИЯ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ  
ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02  
МЕНЕДЖМЕНТ (МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ  
МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)**

....

## **I. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### **1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы высшего образования**

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее – ОПОП ВО) по направлению подготовки *38.04.02 Менеджмент* (магистерская программа «*Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент*»), реализуемая в ГОСУДАРСТВЕННОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ УЧРЕЖДЕНИИ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ» (далее – ГОУ ВПО «ДОНАУИГС»), представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную с учетом требований рынка труда на основе Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки *38.04.02 Менеджмент* (квалификация: магистр) (Приказ МОН ДНР от 28.06.2021 г. № 87-НП) и Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки *38.04.02 Менеджмент* (Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 952).

ОПОП ВО регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, рабочие программы дисциплин (модулей), календарный учебный график, программы практик, оценочные и методические материалы, иные компоненты, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной программы.

### **1.2. Нормативные документы для разработки основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)**

Закон Донецкой Народной Республики «Об образовании» от 19.06.2015г. № 1-233П-НС (с изменениями);

Государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденный приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики №87-НП от 28.06.2021 г.;

Порядок организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики (Приказ МОН ДНР от 10 ноября 2017 г. № 1171) (с изменениями);

Порядок организации и проведения государственной итоговой аттестации выпускников образовательных организаций высшего профессионального образования (Приказ МОН ДНР от 22.12.2015 г. № 922);

Типовое положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики (Приказ МОН ДНР от 16.12.2015 г. № 911);

Устав ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ», утвержденный Приказом МОН ДНР от 05.02.2020 г. № 239 (новая редакция);

Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», принятый Государственной Думой 21.12.2012 г. (с изменениями);

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 *Менеджмент*, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 952 от 12.08.2020 г.;

локальные нормативные акты ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ».

### **1.3.Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)**

**Целью ОПОП ВО** является удовлетворение потребностей общества и государства в высококвалифицированных специалистах, владеющих современными технологиями, умеющими применять на практике знания и умения, способных осуществлять организационно-управленческую, информационно-аналитическую, научно-исследовательскую и педагогическую деятельность.

**Социальная значимость (миссия) ОПОП ВО** – развитие у студентов личностных качеств; формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций по образовательной программе – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 *Менеджмент* (магистерская программа «*Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент*»); подготовка высококвалифицированных выпускников, обладающих неоспоримыми преимуществами в динамично изменяющейся конкурентной среде с учетом потребностей рынка труда; укрепление

нравственности, развитие творческих способностей, социальной адаптации, коммуникативности, толерантности, настойчивости в достижении цели.

Образовательная программа спроектирована и реализуется в соответствии с современными образовательными технологиями, а также является основой многоуровневой системы подготовки специалиста в области менеджмента; спроектирована и реализуется в соответствии с методологией компетентностного подхода.

При разработке и реализации образовательной программы магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 *Менеджмент* (магистерская программа «*Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент*») ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» следует требованиям республиканского законодательства и берет на себя дополнительные обязательства выявлять требования (потребности) основных потребителей ОПОП ВО (обучающихся всех форм обучения), представителей бизнеса (потенциальные работодатели), общества и профессионального сообщества (Таблица 1.1).

Таблица 1.1

*Цели подготовки по основной профессиональной образовательной программе высшего образования*

Код цели	Формулировка цели	Требования ГОС ВПО и/или заинтересованных работодателей
Ц1	Получение теоретических знаний и практических навыков решения стратегических маркетинговых задач возникающих в условиях глобализации мировой экономики и требующих принятия не стандартных управленческих решений обусловленных постоянно возникающими кризисными явлениями	ГОС ВПО; Работодатели
Ц2	Предоставить студентам возможность изучить динамическое воздействие деловой среды и поведения человека на формирования бренда компаний.	ГОС ВПО; Работодатели
Ц3	Понимать процессы маркетинговых исследований для определения возможностей и проблем в маркетинге продуктов и услуг.	ГОС ВПО; Работодатели
Ц4	Подготовка специалистов в области маркетинга, чьи знания и навыки формируют у них такой уровень компетентности, который позволяет им самостоятельно решать задачи по маркетинговому управлению компанией.	ГОС ВПО; Работодатели
Ц5	Методическое обеспечение реализации ГОС ВПО по данному направлению подготовки и на этой основе развитие у студентов личностных качеств, а также формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ГОС ВПО по данному направлению подготовки	ГОС ВПО; Работодатели

**Задачи ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»):**

- 1) разработка и формирование фондов методических материалов для предоставления образовательных услуг по направлению подготовки;
- 2) упорядочивание и методическое сопровождение процесса подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»);
- 3) определение результатов и индикаторов освоения данной ОПОП ВО;
- 4) формирование фонда оценочных средств качества освоения программы подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»);
- 5) определение параметров взаимодействия субъектов образовательного процесса.

#### **1.4. Формы обучения и срок освоения образовательной программы**

Срок освоения ОПОП ВО в соответствии с требованиями ГОС ВПО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») составляет: очная форма обучения 2 года, заочной формы – 2 года 6 месяцев.

Срок получения образования по программе магистратуры в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения Государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, составляет 2 года. Объем программы магистратуры в очной форме обучения, реализуемый за один учебный год, составляет не более 70 зачётных единиц (далее – з.е.); в заочной форме обучения, вне зависимости от применяемых образовательных технологий срок обучения увеличивается на 6 месяцев по сравнению со сроком получения образования по очной форме обучения.

Объем программы магистратуры составляет 120 зачетных единиц вне зависимости от формы обучения и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы обучающихся, практики и время, отводимое на контроль качества освоения обучающимся ОПОП ВО, что соответствует ГОС ВПО.

По результатам освоения ОПОП ВО присваивается квалификация – «магистр».

#### **1.5. Требования к абитуриенту**

Основные требования к абитуриенту устанавливаются правилами приема граждан в ГОУ ВПО «ДОНАУИГС».

Правила регламентируют прием граждан ДНР за счет средств Республиканского бюджета, по договорам с оплатой обучения с



юридическими или физическими лицами для обучения по программе магистратуры.

На обучение в ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» по образовательной программе магистратуры принимаются лица, имеющие диплом бакалавра или специалиста и поступающие на обучение по направлениям подготовки в рамках одной укрупненной группы, согласно перечням направлений подготовки и специальностей, указанным в Порядке формирования перечней направлений подготовки и специальностей высшего профессионального образования и сопоставлений направлений подготовки и специальностей образовательных программ высшего профессионального образования: бакалавриата, магистратуры, специалитета, утвержденном Приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики от 24 ноября 2017 г. № 1254, зарегистрированным в Министерстве юстиции Донецкой Народной Республики 18 декабря 2017 г., регистрационный номер № 2394.

Лица, имеющие высшее профессиональное образование и поступающие на обучение по образовательной программе магистратуры на основании диплома бакалавра (не имеющие диплома специалиста/магистра), принимаются на конкурсной основе на обучение на места, финансируемые за счет бюджетных ассигнований Республиканского бюджета Донецкой Народной Республики, и места, финансируемые за счет средств физических и (или) юридических лиц. Лица, имеющие высшее профессиональное образование (диплом специалиста/магистра) и поступающие на обучение по образовательной программе магистратуры, принимаются на обучение на места, финансируемые за счет средств физических и (или) юридических лиц.

Образовательная программа реализуется на русском языке.

## **РАЗДЕЛ II. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ ОПОП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 «МЕНЕДЖМЕНТ» (МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)**

### **2.1. Область профессиональной деятельности выпускника**

Область профессиональной деятельности выпускника включает:

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу магистратуры (далее – выпускники), могут осуществлять профессиональную деятельность:

образование и наука (в сферах: профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования научных исследований);

финансы и экономика (в сферах: внутреннего и внешнего финансового контроля и аудита; финансового консультирования; управления рисками;

организации закупок);

сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности (в сферах: стратегического и тактического планирования и организации производства; логистики на транспорте; организации сетей поставок);

сфера исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений на микро- и макро- уровнях в экспертно-аналитических организациях (центрах экономического анализа, центрах социологических исследований, консалтинговых компаниях), и службах (организаций частного и государственного сектора, общественных организаций, органов государственной и муниципальной власти);

сфера производства продукции и услуг, включая анализ спроса на продукцию и услуги, оценку их текущего и перспективного предложения, продвижение и продажи продукции и услуг на отечественном и международном рынках, контроль качества, организацию логистических цепей, планирование и обслуживание финансовых потоков, связанных с производственной деятельностью;

сфера исследований и разработок, в части организации проектной деятельности, исследования рынка, анализа экономической состоятельности инновационных проектов, стратегического и тактического планирования организации и реализации процессов внедрения инноваций в организации;

сфера консалтинга, включая анализ и прогнозирование развития организации, разработку мер по совершенствованию управления организацией, решение иных вопросов стратегического и тактического характера;

сфера стратегического, тактического и оперативного управления и планирования деятельности организации, в том числе финансового, управления проектами и развитием организации.

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

## **2.2. Сферы профессиональной деятельности**

Возможные сферы профессиональной деятельности: предприятия, экономические отделы государственных научно-исследовательских и проектных учреждений, органы государственной власти и т.п. Выпускники по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») востребованы на предприятиях и в организациях: ООО «Артхаус», ООО «Макивест», ООО «Енакиевский мясокомбинат», ЧП «Алтай», ООО «ЮЗ АВТО ТРАНС», Министерство строительства и жилищно-коммунального хозяйства ДНР, ЧАО НПП «Макеевский завод шахтной автоматики», ЧАО «Макеевский завод «Факел», ГП «Агентство по рекламе и массовым коммуникациям «Продвижение», ООО «Донбасс-Фармация-Трейдинг» и т.д., с которыми

установлены прочные связи в части социального партнерства и сотрудничества.

### **2.3\*. Объекты профессиональной деятельности выпускника**

Объектами профессиональной деятельности выпускника являются:

- процессы управления различных организаций, в том числе по объектам управления:

- виды деятельности предприятия (производственная, инновационная, маркетинговая, внешнеэкономическая и т.п.), ресурсы, продукты, знания, изменения, проекты;

- процессы государственного и муниципального управления;

- научно-исследовательские процессы.

### **2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника**

В рамках освоения программы магистратуры выпускники могут готовиться к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

<b>№</b>	<b>Тип задач</b>	<b>Задачи профессиональной деятельности</b>
1	Информационно-аналитический	- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений; - анализ существующих форм организации и процессов управления, разработка и обоснование предложений по их совершенствованию; - проведение оценки эффективности проектов с учетом фактора неопределенности.
2	Организационно-управленческий	- разработка стратегий развития организаций и их отдельных подразделений; - руководство подразделениями предприятий и организаций разных форм собственности, органов государственной и муниципальной власти; - организация творческих коллективов (команд) для решения организационно-управленческих задач и руководство ими;
3	Научно-исследовательский	- организация проведения научных исследований: определение заданий для групп и отдельных исполнителей, выбор инструментария исследований, анализ их результатов, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования; - разработка моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов; - выявление и разработка рекомендаций по повышению эффективности деятельности и совершенствованию практики управления; - подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций;
4	Педагогический	- преподавание управленческих дисциплин и разработка соответствующих учебно-методических материалов в общеобразовательных и профессиональных организациях, в организациях дополнительного профессионального образования.

## **2.5. Перечень профессиональных стандартов и описание трудовых функций**

Основная профессиональная образовательная программа сопряжена с такими профессиональными стандартами:

*01.008 Руководитель научной организации*

*01.009 Научный руководитель научной организации*

*01.010 Руководитель образовательной организации высшего образования*

*06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации*

*08.018 Специалист по управлению рисками*

*08.024 Эксперт в сфере закупок*

*08.035 Маркетолог*

*08.037 Бизнес-аналитик*

*22.008 Специалист по маркетинговым исследованиям в области пищевой и перерабатывающей промышленности*

*33.019 Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок*

К обобщенным трудовым функциям и (или) трудовым функциям, имеющим отношение к профессиональной деятельности выпускника программы магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «*Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент*») относят:

*01.008 Руководитель научной организации*

1. Обобщенная трудовая функция А.8: «Управление деятельностью научной организации»:

1.1. Трудовая функция А/01.8: «Управление формированием и реализацией стратегией и (или) программ развития научной организации».

1.2. Трудовая функция А/02.8: «Управление научной (научно-исследовательской), научно-технической, инновационной и экспертно-технической деятельностью научной организации».

1.3. Трудовая функция А/03.8: «Руководство финансово-хозяйственной деятельностью научной организации».

1.4. Трудовая функция А/04.8: «Формирование и реализация кадровой политики научной организации».

1.5. Трудовая функция А/05.8: «Организация взаимодействия с вышестоящими и партнерскими организациями в целях стратегического развития и выполнения программы научной (научно-исследовательской), научно-технической, инновационной и экспертно-технической деятельности».

*01.009 Научный руководитель научной организации*

1. Обобщенная трудовая функция А.8: «Управление формированием приоритетных направлений и (или) тематики научных исследований и развитием научных школ в научной организации»

1.1. Трудовая функция А/01.8: «Формирование направлений научной (научно-исследовательской), научно-технической и инновационной

деятельности и научных школ организации по согласованию с руководителем научной организации и ученым (научным, научно-техническим) советом научной организации»

1.2. Трудовая функция А/02.8: «Научное руководство формированием и выполнением работ по привлечению и осуществлению научных грантов, научно-технических программ, контрактов и договоров по согласованию с руководителем научной организации и ученым (научным, научно-техническим) советом научной организации»

1.3. Трудовая функция А/03.8: «Формирование кадровой политики по подготовке и привлечению к научной (научно-исследовательской), научно-технической и инновационной деятельности научных работников и высококвалифицированных специалистов, в том числе молодых ученых и специалистов, по согласованию с руководителем научной организации и ученым (научным, научно-техническим) советом научной организации»

1.4. Трудовая функция А/04.8: «Координация деятельности научных школ и направлений научной (научно-исследовательской), научно-технической и инновационной деятельности организации по согласованию с руководителем научной организации и ученым (научным, научно-техническим) советом научной организации»

1.5. Трудовая функция А/05.8: «Организация взаимодействия на региональном, федеральном и международном уровнях по вопросам научной (научно-исследовательской), научно-технической и инновационной деятельности по согласованию с руководителем научной организации и ученым (научным, научно-техническим) советом научной организации»

*01.010 Руководитель образовательной организации высшего образования*

1. Обобщенная трудовая функция А.9 «Стратегическое и операционное управление образовательной организацией высшего образования»

1.1. Трудовая функция А/01.9: «Реализация стратегических целей и задач, программ развития образовательной организации высшего образования».

1.2. Трудовая функция А/02.9: «Операционное руководство образовательной деятельностью образовательной организации высшего образования».

1.3. Трудовая функция А/04.9: «Реализация кадровой политики и управления трудовыми ресурсами образовательной организации высшего образования».

1.5. Трудовая функция А/05.9: «Руководство организационно-хозяйственной, и финансово-экономической деятельностью образовательной организации высшего образования, развитие ее имущественного комплекса».

1.6. Трудовая функция А/06.9: «Развитие международного сотрудничества, представление образовательной организации высшего образования в отношениях с зарубежными и международными организациями».

1.7. Трудовая функция А/07.9: Руководство воспитательной работой и формирование уважения к ценностям и традициям образовательной

организации высшего образования».

1.8. Трудовая функция А/08.9: «Обеспечение соблюдения законности и правопорядка в деятельности образовательной организации высшего образования, эффективная организация антикоррупционной и антитеррористической политики».

1.9. Трудовая функция А/09.9: «Взаимодействие с государственными органами, органами местного самоуправления, работодателями, их объединениями, профессиональными сообществами».

2. Обобщенная трудовая функция В.9 «Координация деятельности по формированию и реализации стратегии развития образовательной организации высшего образования».

2.1. Трудовая функция В/01.9: «Общее руководство формированием программ развития образовательной организации высшего образования».

2.2. Трудовая функция В/02.9: «Совершенствование деятельности коллегиальных органов управления образовательной организации высшего образования».

2.3. Трудовая функция В/03.9: «Представление образовательной организации высшего образования в отношении с учредителем, государственными органами, органами местного самоуправления, организациями».

*06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации*

1. Обобщенная трудовая функция В.6 «Организация продвижения продукции СМИ»

1.1. Трудовая функция В/01.6: «Организация маркетинговых исследований в области СМИ»

1.2. Трудовая функция В/02.6: «Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ»

1.3. Трудовая функция В/02.6: «Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ»

1.4. Трудовая функция В/02.6: «Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ»

*08.018 Специалист по управлению рисками*

1. Обобщенная трудовая функция В.6 Разработка отдельных функциональных направлений управления рисками

1.1. Трудовая функция В /01.6: «Выработка мероприятий по воздействию на риск в разрезе отдельных видов и их экономическая оценка»

1.2. Трудовая функция В /02.6: «Документирование процесса управления рисками и корректировка реестров рисков в рамках отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений»

1.3. Трудовая функция В /03.6: «Оказание методической помощи и поддержка процесса управления рисками для ответственных за риск сотрудников организации - владельцев риска»

1.4. Трудовая функция В /04.6: «Разработка методической и нормативной базы системы управления рисками и принципов управления рисками в рамках отдельных бизнес-процессов и функциональных

направлений»

2. Обобщенная трудовая функция С.7 Построение интегрированной системы управления рисками

2.1. Трудовая функция С /01.7: «Планирование, координирование и нормативное обеспечение интегрированной комплексной деятельности подразделений по управлению рисками в соответствии со стратегическими целями организации»

2.2. Трудовая функция С /02.7: «Поддержание эффективных коммуникаций в сфере управления рисками и мотивация сотрудников подразделений»

2.3. Трудовая функция С /03.7: «Контроль эффективности работы сотрудников и подразделений в сфере управления рисками»

2.4. Трудовая функция С /04.7: «Разработка интегрированной системы управления рисками»

2.5. Трудовая функция С /05.7: «Внедрение интегрированной системы управления рисками»

2.6. Трудовая функция С /06.7: «Эксплуатация интегрированной системы управления рисками»

2.7. Трудовая функция С /07.7: «Поддержание устойчивого функционирования интегрированной системы управления рисками»

2.8. Трудовая функция С /08.7: «Разработка совместных предложений по результатам мониторинга эффективности управления рисками со всеми участниками процесса управления рисками и консультирование сотрудников по вопросам повышения эффективности управления рисками»

3. Обобщенная трудовая функция D.7 Методическое обеспечение, поддержание и координация процесса управления рисками

3.1. Трудовая функция D /01.7: «Формирование методологических основ интегральной системы управления рисками, формирование основных принципов разработки локальных нормативных актов по управлению рисками на уровне крупных организаций и подразделений»

3.2. Трудовая функция D /02.7: «Разработка стандартов организации, методических и нормативных документов в сфере обеспечения функционирования и координации процесса управления рисками»

3.3. Трудовая функция D /03.7: «Консультирование по вопросам управления рисками в организации»

3.4. Трудовая функция D /04.7: «Взаимодействие с заинтересованными сторонами по вопросам управления рисками и публичное представление организации в средствах массовой информации в вопросах риск-менеджмента, обеспечение открытой информации о системе управления рисками»

3.5. Трудовая функция D /05.7: «Поддержание и совершенствование культуры управления рисками в организации»

4. Обобщенная трудовая функция D.7 Методическое обеспечение, поддержание и координация процесса управления рисками

4.1. Трудовая функция D /01.7: «Формирование методологических основ интегральной системы управления рисками, формирование основных

принципов разработки локальных нормативных актов по управлению рисками на уровне крупных организаций и подразделений»

4.2. Трудовая функция D /02.7: «Разработка стандартов организации, методических и нормативных документов в сфере обеспечения функционирования и координации процесса управления рисками»

4.3. Трудовая функция D /03.7: «Консультирование по вопросам управления рисками в организации»

4.4. Трудовая функция D /04.7: «Взаимодействие с заинтересованными сторонами по вопросам управления рисками и публичное представление организации в средствах массовой информации в вопросах риск-менеджмента, обеспечение открытой информации о системе управления рисками»

4.5. Трудовая функция D /05.7: «Поддержание и совершенствование культуры управления рисками в организации»

5. Обобщенная трудовая функция E.8 Стратегическое регулирование, контроль и аудит процесса управления рисками

5.1. Трудовая функция E /01.8: «Разработка методологических основ и формирование стандартов стратегического регулирования процесса управления рисками»

5.2. Трудовая функция E /02.8: «Координация работ по разработке единой стратегии и внедрению политики организации в области управления рисками»

5.3. Трудовая функция E /03.8: «Создание организационно-управленческой и информационной структуры интегральной системы управления рисками»

5.4. Трудовая функция E /04.8: «Координация работ по технико-информационному обеспечению системы стратегического управления рисками»

5.5. Трудовая функция E /05.8: «Управление кадровым составом системы управления рисками»

5.6. Трудовая функция E /06.8: «Контроль и аудит процесса предоставления отчетности по рискам в организации»

5.7. Трудовая функция E /07.8: «Контроль и аудит процессов управления в чрезвычайной ситуации, антикризисного управления и управления непрерывностью деятельности»

5.8. Трудовая функция E /08.8: «Построение системы комплаенс-контроля рисков организации»

5.9. Трудовая функция E /09.8: «Оценка адекватности (достаточности) и эффективности воздействия на риски (страховой защиты, хеджирования, гарантий)»

5.10. Трудовая функция E /10.8: «Координация процесса выполнения планов и бюджетов реагирования на риск»

6. Обобщенная трудовая функция F.8 Стратегическое управление рисками организации

6.1. Трудовая функция F /01.8: «Определение стратегии и политики в области научно-аналитического обоснования, развития и поддержания



системы управления рисками крупных организаций на региональном, национальном и отраслевом уровнях»

6.2. Трудовая функция F /02.8: «Установление ключевых индикаторов рисков и предельно допустимого уровня для существенных и критических рисков, а также интегрального уровня риска в рамках стратегического управления рисками организации»

6.3. Трудовая функция F /03.8: «Определение целей системы управления рисками, формирование дорожных карт, включая системы раннего предупреждения, ключевые индикаторы рисков, комплекс мероприятий по минимизации рисков для различных сфер и направлений деятельности организации»

6.4. Трудовая функция F /04.8: «Контроль результативности и социально-экономической эффективности системы управления рисками на уровне крупных организаций регионального, национального и отраслевого масштаба»

6.5. Трудовая функция F /05.8: «Определение и контроль направлений развития культуры и этики поведения, антикоррупционной политики в области управления рисками организации»

6.6. Трудовая функция F /06.8: «Определение и контроль целей, основных мероприятий и ключевых индикаторов на основе отчетности по вопросам обеспечения системы управления рисками, экономической безопасности и устойчивого развития социально-экономических систем и процессов крупных организаций»

#### *08.024 Эксперт в сфере закупок*

1. Обобщенная трудовая функция А.6 Консультирование в сфере закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд

1.1. Трудовая функция А /01.6: «Мониторинг рынка предмета закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд»

1.2. Трудовая функция А /02.6: «Консультирование по закупочным процедурам»

2. Обобщенная трудовая функция В.7 Экспертиза в сфере закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд

2.1. Трудовая функция В /01.7: «Экспертиза закупочной процедуры»

2.2. Трудовая функция В /02.7: «Экспертиза исполнения и результатов исполнения контракта»

3. Обобщенная трудовая функция С.8 Организация работ по экспертизе и консультированию в сфере закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд

3.1. Трудовая функция С /01.8: «Управление организацией, обеспечивающей консультирование и экспертизу в сфере закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд»

3.2. Трудовая функция С /02.8: «Проведение аттестации (оценки профессиональной квалификации) и контроль повышения профессионального уровня работников в структурном подразделении или в организации»

3.3. Трудовая функция С /03.8: «Исследование теоретических и

практических проблем закупочной деятельности»

*08.035 Маркетолог*

1. Обобщенная трудовая функция А.6: «Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга»

1.1. Трудовая функция А/01.6: «Подготовка к проведению маркетингового исследования»

1.2. Трудовая функция А/02.6: «Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга»

2. Обобщенная трудовая функция В.7: «Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга»

2.1. Трудовая функция В/01.7: «Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации»

2.2. Трудовая функция В/02.7: «Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации»

2.3. Трудовая функция В/03.7: «Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации»

2.4. Трудовая функция В/04.7: «Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации»

3. Обобщенная трудовая функция С.8: «Управление маркетинговой деятельностью организации»

3.1. Трудовая функция С/01.8: «Формирование маркетинговой стратегии организации»

3.2. Трудовая функция С/02.8: «Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации»

*08.037 Бизнес-аналитик*

1. Обобщенная трудовая функция А.5: «Работа с заинтересованными сторонами»

1.1. Трудовая функция А/01.5: «Выявление заинтересованных сторон»

1.2. Трудовая функция А/01.5: «Взаимодействие с заинтересованными сторонами»

2. Обобщенная трудовая функция В.5: «Обеспечение изменений в организации»

2.1. Трудовая функция В/01.5: «Разработка требований к выбранному решению и управление ими»

2.2. Трудовая функция В/02.5: «Подготовка к проведению изменений в организации»

2.3. Трудовая функция В/03.5: «Мониторинг параметров проводимых в организации изменений»

2.4. Трудовая функция В/04.5: «Завершение и оценка успешности проведенных в организации изменений»

2.5. Трудовая функция В/05.5: «Мониторинг заинтересованных сторон»

3. Обобщенная трудовая функция С.5: «Выявление бизнес- проблем

или бизнес- возможностей

3.1. Трудовая функция С/01.5: «Сбор информации о бизнес-проблемах или бизнес-возможностях»

3.2. Трудовая функция С/02.5: «Выявление истинных бизнес-проблем или бизнес-возможностей»

4. Обобщенная трудовая функция D.6: «Обоснование решений»

4.1. Трудовая функция D /01.6: «Формирование возможных решений на основе разработанных для них целевых показателей»

4.2. Трудовая функция D /02.6: «Анализ, обоснование и выбор решения»

5. Обобщенная трудовая функция E.7: «Управление бизнес- анализом

5.1. Трудовая функция E /01.7: «Обоснование подходов, используемых в бизнес- анализе»

5.2. Трудовая функция E /02.7: «Руководство бизнес- анализом»

6. Обобщенная трудовая функция F.7: «Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации»

6.1. Трудовая функция F /01.7: «Определение направлений развития организации»

6.2. Трудовая функция F /02.7: «Разработка стратегии управления изменениями в организации»

*22.008 Специалист по маркетинговым исследованиям в области пищевой и перерабатывающей промышленности*

1. Обобщенная трудовая функция А.5: «Оперативный мониторинг товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности на основе эксплуатации маркетинговой информационной системы»

1.1. Трудовая функция А/01.5: «Выполнение полевых и кабинетных исследований по сбору маркетинговой информации в области пищевой и перерабатывающей промышленности в соответствии с программой маркетингового исследования»

1.2. Трудовая функция А/02.5: «Ведение баз данных маркетинговой информационной системы организации на основе результатов полевых и кабинетных исследований в области пищевой и перерабатывающей промышленности»

2. Обобщенная трудовая функция В.6: «Оперативный анализ и прогнозирование товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности на основе эксплуатации маркетинговой информационной системы»

2.1. Трудовая функция В/01.6: «Разработка программы маркетинговых исследований товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности в соответствии с маркетинговой стратегией организации»

2.2. Трудовая функция В/02.6: «Формирование аналитико-прогностических моделей товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности на основе автоматизированной обработки маркетинговой информации для поддержки

принятия управленческих решений»

3. Обобщенная трудовая функция С.7: «Информационно-аналитическая поддержка принятия управленческих решений по обеспечению конкурентоспособности организации на рынках пищевой и перерабатывающей промышленности»

3.1. Трудовая функция С/01.7: «Создание маркетинговой информационной системы организации для поддержки принятия управленческих решений по обеспечению конкурентоспособности организации на рынках пищевой и перерабатывающей промышленности»

3.2. Трудовая функция С/02.7: «Информационно-аналитическое обеспечение формирования маркетинговой стратегии организации на основе мониторинга, анализа и прогнозирования товарных рынков и рынков факторов производства в области пищевой и перерабатывающей промышленности»

33.019 Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок

1. Обобщенная трудовая функция А.6: «Операционная деятельность по организации торгово-промышленных выставок»

1.1. Трудовая функция А /01.6: «Ведение и поддержание в актуальном состоянии базы данных участников торгово-промышленных выставок, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок»

1.2. Трудовая функция А /02.6: «Привлечение участников торгово-промышленных выставок»

1.3. Трудовая функция А /03.6: «Подготовка маркетинговых материалов о торгово-промышленных выставках»

1.4. Трудовая функция А /04.6: «Ведение документооборота торгово-промышленной выставки»

1.5. Трудовая функция А /05.6: «Подготовка отчетов о ходе реализации различных этапов организации торгово-промышленной выставки»

1.6. Трудовая функция А /06.6: «Обеспечение проведения торгово-промышленной выставки в соответствии с заявленной программой и соглашениями с соорганизаторами, партнерами, спонсорами»

1.7. Трудовая функция А /07.6: «Контроль исполнения клиентами обязательств по оплате участия в торгово-промышленной выставке»

1.8. Трудовая функция А /08.6: «Консультирование участников торгово-промышленной выставки по вопросам оптимальной организации их участия»

1.9. Трудовая функция А /09.6: «Обеспечение соответствия торгово-промышленной выставки требованиям нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения»

2. Обобщенная трудовая функция В.6: «Управление проектом торгово-промышленной выставки»

2.1. Трудовая функция В /01.6: «Маркетинговый анализ, направленный на выявление возможностей эффективного развития проекта торгово-промышленной выставки»

2.2. Трудовая функция В /02.6: «Разработка концепции и бизнес-плана»

(развернутого и экспресс-варианта) организации проекта торгово-промышленной выставки»

2.3. Трудовая функция В /03.6: «Управление фазой реализации жизненного цикла проекта торгово-промышленной выставки»

2.4. Трудовая функция В /04.6: «Обеспечение соответствия маркетингового плана торгово-промышленной выставки концепции и бизнес-плану торгово-промышленной выставки»

2.5. Трудовая функция В /05.6: «Организация совместной работы с партнерами торгово-промышленной выставки всех уровней, в том числе с заинтересованными органами государственного управления, отраслевыми ассоциациями и союзами, торгово-промышленными палатами, отраслевыми организациями»

2.6. Трудовая функция В /06.6: «Заключение договоров на выполнение работ с подрядчиками торгово-промышленной выставки и договоров на продажу выставочных площадей с агентскими организациями»

2.7. Трудовая функция В /07.6: «Организация работы офиса организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок во время проведения торгово-промышленной выставки»

2.8. Трудовая функция В /08.6: «Анализ и интерпретация результатов проведения торгово-промышленной выставки для повышения эффективности будущих проектов»

3. Обобщенная трудовая функция С.6: «Управление процессом подготовки к участию в торгово-промышленной выставке организации-экспонента»

3.1. Трудовая функция С /01.6: «Разработка, обоснование и согласование с руководством стратегии и программы участия организации-экспонента в торгово-промышленных выставках»

3.2. Трудовая функция С /02.6: «Организация эффективной подготовки к участию в торгово-промышленной выставке»

3.3. Трудовая функция С /03.6: «Управление бизнес-процессом участия в торгово-промышленной выставке»

3.4. Трудовая функция С /04.6: «Комплексная оценка эффективности участия в торгово-промышленной выставке»

4. Обобщенная трудовая функция D.8: «Стратегическое управление выставочной деятельностью организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок»

4.1. Трудовая функция D /01.8: «Управление реализацией стратегии развития организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок»

4.2. Трудовая функция D /02.8: «Утверждение стратегических и годовых планов развития организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок, управление их реализацией»

4.3. Трудовая функция D /03.8: «Представление интересов организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок в органах государственного управления, отраслевых союзах и ассоциациях»

## 2.1. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
01 Образование и наука	Организационно-управленческий	Планирование, организация и ведение учебной и учебно-методической работы в образовательных организациях высшего образования	Образовательные организации среднего образования и высшего образования
	Научно-исследовательский	Участие в научно-исследовательских работах по проблемам государственного и муниципального управления, подготовка обзоров и аналитических исследований по отдельным темам специализации	Образовательные организации среднего образования и высшего образования
	Педагогический	Планирование, организация и ведение учебной и учебно-методической работы в образовательных организациях высшего образования	Образовательные организации среднего образования и высшего образования

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии	Организационно - управленческий	Планирование, организация и ведение концепций, стратегий и бизнес-процессов	процессы управления различных организаций, в том числе по объектам управления: виды деятельности предприятия (производственная, инновационная, маркетинговая, внешнеэкономическая и т.п.), ресурсы, продукты, знания, изменения, проекты; процессы государственного и муниципального управления; научно-исследовательские процессы.
	Информационно-аналитический	Оптимизация деловых процессов, ведение документооборота, проведение аналитических работ	процессы управления различных организаций, в том числе по объектам управления: виды деятельности предприятия (производственная, инновационная, маркетинговая, внешнеэкономическая и т.п.), ресурсы, продукты, знания, изменения, проекты; процессы государственного и муниципального управления; научно-исследовательские процессы.

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
08 Финансы и экономика	Информационно-аналитический	Оптимизация деловых процессов, ведение документооборота, проведение аналитических работ	процессы управления различных организаций, в том числе по объектам управления: виды деятельности предприятия (производственная, инновационная, маркетинговая, внешнеэкономическая и т.п.), ресурсы, продукты, знания, изменения, проекты; процессы государственного и муниципального управления; научно-исследовательские процессы.
	Организационно-управленческий	Планирование, организация и ведение концепций, стратегий и бизнес-процессов	процессы управления различных организаций, в том числе по объектам управления: виды деятельности предприятия (производственная, инновационная, маркетинговая, внешнеэкономическая и т.п.), ресурсы, продукты, знания, изменения, проекты; процессы государственного и муниципального управления; научно-исследовательские процессы.



Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
22 Пищевая промышленность, включая производство напитков и табака	Информационно-аналитический	Оптимизация деловых процессов, ведение документооборота, проведение аналитических работ	процессы управления различных организаций, в том числе по объектам управления: виды деятельности предприятия (производственная, инновационная, маркетинговая, внешнеэкономическая и т.п.), ресурсы, продукты, знания, изменения, проекты; процессы государственного и муниципального управления; научно-исследовательские процессы.
	Организационно-управленческий	Планирование, организация и ведение концепций, стратегий и бизнес-процессов	процессы управления различных организаций, в том числе по объектам управления: виды деятельности предприятия (производственная, инновационная, маркетинговая, внешнеэкономическая и т.п.), ресурсы, продукты, знания, изменения, проекты; процессы государственного и муниципального управления; научно-исследовательские процессы.
33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественного питания и пр.).	Информационно-аналитический	Оптимизация деловых процессов, ведение документооборота, проведение аналитических работ	процессы управления различных организаций, в том числе по объектам управления: виды деятельности предприятия (производственная, инновационная, маркетинговая, внешнеэкономическая и т.п.), ресурсы, продукты, знания, изменения, проекты; процессы государственного и муниципального

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
			управления; научно-исследовательские процессы.
	Организационно-управленческий	Планирование, организация и ведение концепций, стратегий и бизнес-процессов	процессы управления различных организаций, в том числе по объектам управления: виды деятельности предприятия (производственная, инновационная, маркетинговая, внешнеэкономическая и т.п.), ресурсы, продукты, знания, изменения, проекты; процессы государственного и муниципального управления; научно-исследовательские процессы.

**РАЗДЕЛ III.**  
**ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ**  
**МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02**  
**«МЕНЕДЖМЕНТ» (МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА**  
**«СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)**

В результате освоения основной профессиональной образовательной программы у выпускника должны быть сформированы универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

**3.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения.**

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИД УК-1.1. Анализирует, верифицирует, оценивает полноту и достаточность информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполняет и синтезирует недостающую информацию. ИД УК-1.2. Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценку информации; отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок. ИД УК-1.3. Разрабатывает альтернативные стратегии действий, в том числе в непривычных обстоятельствах, на основе критического анализа и системного подхода. ИД УК-1.4. Принимает обоснованное решение, определяет и оценивает практические последствия возможных решений задачи. ИД УК-1.5. Способен систематизировать результаты коллективной интеллектуальной деятельности.
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИД УК-2.1. Определяет цели проекта, расставляет приоритеты и правильно использует имеющиеся ресурсы. ИД УК-2.2. Составляет план действий с учетом возможных потенциальных препятствий, определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач. ИД УК-2.3. Решает конкретные задачи проекта на качественном уровне и в намеченные сроки; способен адаптировать работы по проекту с учётом изменившихся обстоятельств. ИД УК-2.4. Применяет и обосновывает соответствующие методы управления проектом на всех этапах его жизненного цикла.

		<p>ИД УК-2.5. Формирует отчетность в установленные сроки в соответствии с установленными требованиями и публично представляет результаты проделанной работы.</p> <p>ИД УК-2.6. Представляет и защищает самостоятельно разработанный проект любого типа, включая исследовательскую работу</p>
Командная работа и лидерство	<p>УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p>ИД УК-3.1. Демонстрирует способность организовать работу коллектива.</p> <p>ИД УК-3.2. Разрабатывает стратегию работы коллектива, определяет функции участников и расставляет приоритеты; гибко изменяет стратегию работы в зависимости от ситуации.</p> <p>ИД УК-3.3. Проявляет способность мобилизовать других на достижение поставленных целей; привлекает и поддерживает талантливых участников команды; демонстрирует заботу о коллективе.</p> <p>ИД УК-3.4. Принимает управленческие решения в сложных нестандартных ситуациях, с различным уровнем риска и неопределенности, в условиях наличия различных мнений.</p> <p>ИД УК-3.5. Демонстрирует способность нести ответственность за собственные управленческие решения, а также за работу коллектива.</p>
Коммуникация	<p>УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>ИД УК-4.1. Владеет системой норм русского литературного языка, родного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов).</p> <p>ИД УК-4.2. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках.</p> <p>ИД УК-4.3. Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную деловую информацию на русском, родном и иностранном (-ых) языке (-ах).</p> <p>ИД УК-4.4. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном (-ых) и иностранном (-ых) языках.</p> <p>ИД УК-4.5. Ведет устные деловые разговоры на государственном и иностранном (-ых) языках.</p> <p>ИД УК-4.6. Демонстрирует умение выполнять перевод текстов различного объёма и стилистики с иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный (-ые) язык (-и).</p>
Межкультурное	<p>УК-5. Способен</p>	<p>ИД УК-5.1. Демонстрирует способность</p>

взаимодействие	анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	адаптироваться к условиям работы в составе многоэтнических и поликонфессиональных групп. ИД УК-5.2. Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения поставленных задач и усиления социальной интеграции. ИД УК-5.3. Организует многостороннюю коммуникацию и управляет ею
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИД УК-6.1. Проявляет способность повышать свой интеллектуальный уровень, квалификацию и мастерство, строить траекторию личностного и профессионального роста и карьеры, с опорой на методы самоменеджмента и самоорганизации. ИД УК-6.2. Демонстрирует способность вести интеллектуальную, в том числе научно-исследовательскую деятельность. ИД УК-6.3. Демонстрирует способность к самообразованию и использует предоставленные возможности для приобретения новых знаний и навыков.

### **3.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:**

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции (устанавливается ОО ВПО самостоятельно)
ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ИД ОПК-1.1. Демонстрирует знания экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления. ИД ОПК-1.2. Умеет решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления ИД ОПК-1.3. Владеет навыками решения профессиональных задач на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления
ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ИД ОПК-2.1. Демонстрирует знания современных технологий и методик сбора данных, продвинутых методов их обработки и анализа. ИД ОПК-2.2. Умеет использовать интеллектуальные информационно – аналитические системы при решении управленческих и исследовательских задач. ИД ОПК-2.3. Применяет системы управления базами данных в сфере экономики и управления.
ОПК-3 Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно- управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и	ИД ОПК-3.1. Демонстрирует знания принципов корпоративной коммуникации, способов создания и поддержания позитивного вербального корпоративного имиджа коллектива; видов поведения в нестандартных управленческих ситуациях; способов воздействия на собеседника.

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции (устанавливается ОО ВПО самостоятельно)
социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	ИД ОПК-3.1. Умеет проводить переговоры с разными собеседниками, в том числе в условиях сложной и динамичной кросс-культурной среды; создавать адресные бизнес-тексты; нести ответственность за решения, принимаемые в переговорном процессе. ИД ОПК-3.1. Владеет основными техниками ведения переговоров, аргументирования своей точки зрения и воздействия на собеседника, в том числе в условиях сложной и динамичной кросс-культурной среды.
ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	ИД ОПК-4.1. Демонстрирует знания стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности организации, бизнес-модели организации. ИД ОПК-4.2. Умеет применять проектную и процессную деятельность в организации на основе современных практик управления, проявляет лидерские и коммуникативные навыки, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, умеет разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и бизнес-моделей организации. ИД ОПК-4.3. Владеет методами организации проектной и процессной деятельности, современными практиками управления, лидерскими и коммуникативными навыками, методами выявления и оценивания новых рыночных возможностей, разработки инновационных направлений и бизнес – моделей.
ОПК-5 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	ИД ОПК-5.1. Демонстрирует знания методов, технологий и инструментов обобщения и критической оценки результатов научных исследований в менеджменте и экономике. ИД ОПК-5.2. Умеет организовывать работу творческих коллективов для выполнения научно – исследовательской работы. ИД ОПК-5.3. Владеет приемами активизации деятельности членов команд, выполняющих научно – исследовательские проекты.

### 3.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС (при наличии), анализ опыта)
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий		
ПК-1 Изучение и оценка предмета экспертизы, подготовка экспертных заключений, консультирование при осуществлении закупок для обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд	ИД ПК-1.1. Знать требования законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов, регулирующих деятельность в сфере закупок; основы гражданского, бюджетного, трудового и административного законодательства в части применения к закупкам; экономические основы и особенности ценообразования на рынке по направлениям; основы бухгалтерского учета в части применения к закупкам; основы статистики в части применения к закупкам; особенности составления закупочной документации; порядок установления ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на стоимость товаров, работ, услуг (по направлениям); этику делового	Анализ опыта, ПС 08.024: руководитель в области определения политики; оценщики и эксперты; управляющие финансово-экономической и административной деятельностью, аналитики системы управления и организации

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС (при наличии), анализ опыта)
	<p>общения и правила ведения переговоров; требования охраны труда</p> <p>ИД ПК-1.2. Использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций; создавать и вести информационную базу данных; определять ценообразующие параметры товаров, работ, услуг; рассчитывать степень влияния ценообразующих параметров; обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы; составлять заключения по результатам проведенного анализа; консультировать о диапазоне цен на товары, работы, услуги</p> <p>ИД ПК-1.3. Владеть навыками мониторинга цен на товары, работы, услуги; ведения учета информационных ресурсов проведения закупочных мероприятий; выявления ценообразующих параметров товаров, работ, услуг; анализа диапазона цен и консультирование о диапазоне цен на товары, работы, услуги; составления заключения по результатам проведенного анализа</p>	
<p>ПК-5 Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации</p>	<p>ИД ПК-5.1. Знать понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов); инструменты бренд-менеджмента; методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития; процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов); методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов; методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации; нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность.</p> <p>ИД ПК-5.2. Уметь определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации; проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов); ;оздавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок; проводить оценку стоимости брендов организации; улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами; использовать инструменты проектного управления успешными брендами</p> <p>ИД ПК-5.3. Владеть навыками разработки мер по внедрению инновационных товаров (услуг); создания нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими; разработки и реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг); тестирования инновационных товаров (услуг) при их внедрении на российский и международный рынки; реализации и совершенствованию ассортиментной политики организации; проведения коммуникационных</p>	<p>Анализ опыта, ПС 08.035: Руководители служб по сбыту и маркетингу, Специалисты по рекламе и маркетингу по сбыту</p>

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС (при наличии), анализ опыта)
	(рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов); разработки технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда; реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)	
ПК-6 Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	<p>ИД ПК-6.1. Знать инструменты маркетингового ценообразования; законодательство Российской Федерации, стандарты, этические принципы, регулирующие цены и ценовую политику организаций; методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг на уровне ценовых стратегий.</p> <p>ИД ПК-6.2. Уметь разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги); рассчитывать цены на товары (услуги) организации; разрабатывать средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования; сравнивать рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги); проводить маркетинговые исследования по ценам; проводить аудит ценовой политики организации.</p> <p>ИД ПК-6.3. Владеть навыками разработки ценовой политики в организации; создания и реализации стратегии формирования цен на товары (услуги) организации; внедрения методов формирования цен на товары (услуги) организации; разработки конкурентных ценовых стратегий; проведения последовательных действий по разработке политики ценообразования в организации; внедрения системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации; совершенствования политики ценообразования в организации.</p>	Анализ опыта, ПС 08.035: Руководители служб по сбыту и маркетингу, Специалисты по рекламе и маркетингу
ПК-8 Формирование маркетинговой стратегии организации	<p>ИД ПК-8.1. Методика проведения комплексного маркетингового исследования; особенности риск-менеджмента; инструменты бренд-менеджмента; принципы стратегического и оперативного планирования; методы и стратегии ценообразования; принципы логистики распределения и сбыта; методы управления проектами.</p> <p>ИД ПК-8.2. Разрабатывать маркетинговую стратегию организации; прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации; выстраивать систему взаимодействия маркетинговой службы с другими подразделениями организации; реализовывать альтернативные маркетинговые стратегии в организации.</p> <p>ИД ПК-8.3. Организация работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации; создание и развитие стратегической</p>	Анализ опыта, ПС 08.035: Руководители служб по сбыту и маркетингу, Специалисты по рекламе и маркетингу



Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС (при наличии), анализ опыта)
	системы для выполнения маркетинговых функций в организации; создание и развитие операционной системы для выполнения маркетинговых функций в организации; руководство работой по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур маркетинговой службы организации	
ПК-9 Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации	<p>ИД ПК-9.1. Инструменты риск-менеджмента; методы управления бизнес-процессами; процесс управления знаниями в организации; методы и организационные возможности управления изменениями; методы управления проектами; законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности</p> <p>ИД ПК-9.2. Планировать деятельность маркетинговой службы организации; планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов; проводить оценку результативности маркетинговых программ; осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации</p> <p>ИД ПК-9.3. Подготовка предложений и разработка планов по работе маркетинговой службы организации; согласование и реализация планов маркетинговой поддержки системы продаж в организации; согласование и реализация плана маркетинга организации; обеспечение развития маркетинговой службы организации; подготовка и защита отчетов о работе маркетинговой службы перед руководящими органами и лицами организации; обеспечение контроля маркетинговой деятельности организации</p>	Анализ опыта, ПС 08.035: Руководители служб по сбыту и маркетингу, Специалисты по рекламе и маркетингу
ПК-10 Организация распространения продукции	<p>ИД ПК-10.1. Основные нормы законодательства Российской Федерации, регламентирующего деятельность гражданское законодательство Российской Федерации; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации; ассортимент реализуемой продукции сми; утвержденные цены (тарифы) и порядок ценообразования при организации поставок продукции сми; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность; правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности</p> <p>ИД ПК-10.2. использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты; находить и анализировать необходимую информацию; вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); составлять договоры поставки и иные договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию</p> <p>ИД ПК-10.3. анализ ситуации на рынке услуг по</p>	Анализ опыта, ПС 06.009: руководители коммерческих предприятий; Специалисты по коммерческой деятельности; Агенты по продаже

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС (при наличии), анализ опыта)
	реализации продукции сми; поиск организаций, доводящих продукцию сми до потребителей; представление (презентация) продукции сми; ведение переговоров с представителями организаций, осуществляющих доведение продукции сми до потребителей; формирование плана-графика поставки продукции сми; составление и заключение договоров поставки продукции сми (иных договоров реализации продукции сми)	
ПК-11 Организация поставки продукции	<p>ИД ПК-11.1. Основные нормы законодательства Российской Федерации, регламентирующего коммерческую деятельность, гражданское законодательство Российской Федерации; основы бухгалтерского и статистического учета; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность; правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок</p> <p>ИД ПК-11.2. Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты; осуществлять учет поставок продукции и платежей за поставляемую продукцию; вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию</p> <p>ИД ПК-11.3. Поиск и отбор организаций, оказывающих логистические и транспортные услуги; составление и заключение договоров на доставку продукции, формирование необходимой документации для доставки продукции СМИ (в случае доставки корпоративным транспортом); подготовка необходимой сопроводительной документации для организации поставки продукции СМИ; контроль своевременной и полной поставки продукции СМИ; контроль своевременной оплаты поставляемой продукции СМИ</p>	Анализ опыта, ПС 06.009: руководители коммерческих предприятий; Специалисты по коммерческой деятельности; Агенты по продаже
ПК-12 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции	<p>ИД ПК-12.1. Гражданское законодательство Российской Федерации; Основные принципы организации рекламной кампании; Методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах; Основы проектной деятельности; Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность; Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок</p> <p>ИД ПК-12.2. Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии; Выступать на</p>	Анализ опыта, ПС 06.009: руководители коммерческих предприятий; Специалисты по коммерческой деятельности; Агенты по продаже

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС (при наличии), анализ опыта)
	<p>публичных мероприятиях с докладами и презентациями; Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию</p> <p>ИД ПК-12.3. Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ; Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах; Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах; Контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах; Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях; Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>	
<p>ПК-13 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции</p>	<p>ИД ПК-13.1. Знать Гражданское законодательство Российской Федерации; принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность; правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок</p> <p>ИД ПК-13.2. уметь формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ; находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты; анализировать результаты продвижения продукции сми на основе полученных данных; составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров</p> <p>ИД ПК-13.3. Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ; организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении</p>	<p>Анализ опыта, ПС 06.009: руководители коммерческих предприятий; Специалисты по коммерческой деятельности; Агенты по продаже</p>

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС (при наличии), анализ опыта)
	<p>потребителей о характеристиках продвигаемой продукции; поиск и отбор организаций, проводящих социологические опросы, заключение договоров на проведение социологических опросов; анализ эффективности продвижения продукции СМИ; разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ</p>	
<p>ПК-15 Способен осуществлять контроль и аудит процессов управления в чрезвычайной ситуации, антикризисное управление и управление непрерывностью деятельности</p>	<p>ИД ПК-15.1. Знать критерии, применяемые при оценке риска; методы анализа и оценки рисков с позиции их идентификации по функциональным областям; принципы и правила выбора методов анализа и оценки рисков с позиции их идентификации по функциональным областям; методы, техники, технологии, программные средства и информационные базы идентификации различных видов риска; требования к обеспечению сохранения коммерческой тайны; нормы профессиональной этики; нормы корпоративного управления и корпоративной культуры</p> <p>ИД ПК-15.2. Определять эффективные методы анализа и оценки рисков с позиции их идентификации по функциональным областям; Тестировать и верифицировать методики анализа и оценки рисков с позиции их идентификации по функциональным областям; Осуществлять отбор методов анализа и оценки рисков с позиции их идентификации по функциональным областям; Использовать программное обеспечение для работы с информацией (текстовые и аналитические приложения, приложения для визуализации данных) на уровне опытного пользователя; Использовать специализированное программное обеспечение и информационно-аналитические системы для оценки рисков и управления ими</p> <p>ИД ПК-15.3. Владеть навыками определения аналитических процедур и методов анализа и оценки рисков; анализа и оценки рисков с позиции их идентификации по функциональным областям; мониторинг рисков по функциональным областям</p>	<p>Анализ опыта, ПС 08.018: Руководители учреждений, организаций и предприятий; Руководители в области управления политики и планирования деятельности; Управляющие финансово-экономической и административной деятельностью, не входящие в другие группы; Аналитики систем управления и организации</p>
<p>ПК 16 Способен разрабатывать стратегию управления изменениями в организации</p>	<p>ИД ПК-16.1. Знать теории заинтересованных сторон; методики оценки деятельности организации в соответствии с разработанными показателями; методы сбора, анализа, систематизации, хранения и поддержания в актуальном состоянии информации бизнес-анализа; предметную область и специфика деятельности организации в объеме, достаточном для решения задач бизнес-анализа</p> <p>ИД ПК-16.2. Уметь планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами; использовать техники эффективных коммуникаций; выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски и разрабатывать комплекс мероприятий по их</p>	<p>Анализ опыта, ПС 08.037: Руководители учреждений, организаций и предприятий; Аналитики систем управления и организации; руководитель консалтинговой компании</p>

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС (при наличии), анализ опыта)
	<p>минимизации; оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами; определять связи и зависимости между элементами информации бизнес-анализа; представлять информацию бизнес-анализа различными способами и в различных форматах для обсуждения с заинтересованными сторонами; применять информационные технологии в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа; анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации; анализировать требования заинтересованных сторон с точки зрения критериев качества, определяемых выбранными подходами; разрабатывать бизнес-кейсы; проводить анализ деятельности организации; моделировать объем и границы работ</p> <p>ИД ПК-16.3. Определение цели и задач стратегических изменений в организации; Определение основных параметров и ключевых показателей эффективности разрабатываемых стратегических изменений в организации; Определение критериев оценки успеха стратегических изменений в организации; Оценка соответствия изменений стратегическим целям организации; Определение заинтересованных сторон, которые должны быть вовлечены в инициативу по реализации стратегических изменений в организации; Определение основных аспектов организации, которые могут быть затронуты стратегическими изменениями; Выбор стратегии в составе группы экспертов; Определение промежуточных состояний при реализации выбранной стратегии изменений в организации; Разработка планов реализации стратегических изменений в организации; Мониторинг процесса проведения стратегических изменений в организации</p>	
ПК 18 Способен определять направления развития организации	<p>ИД ПК-18.1. Знать методики оценки деятельности в соответствии с разработанными показателями; Сбора, анализа, систематизация, хранение и поддержание в актуальном состоянии информации бизнес-анализа; Предметную область и специфику деятельности организации в объеме, достаточном для решения задач бизнес-анализа</p> <p>ИД ПК-18.2. Планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами; использовать техники эффективных коммуникаций; выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации; оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами; определять связи и зависимости между элементами информации бизнес-анализа; представлять информацию бизнес-анализа различными способами и в различных</p>	Анализ опыта, ПС 08.037: Руководители учреждений, организаций и предприятий; Аналитики систем управления и организации; руководитель консалтинговой компании

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС (при наличии), анализ опыта)
	<p>форматах для обсуждения с заинтересованными сторонами; применять информационные технологии в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа; анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации; анализировать требования заинтересованных сторон с точки зрения критериев качества, определяемых выбранными подходами; разрабатывать бизнес-кейсы; проводить анализ деятельности организации</p> <p>ИД ПК-18.3. Владеть навыками оценки текущего состояния организации; Определения параметров будущего состояния организации; Выявление, анализ и оценка несоответствия между параметрами текущего и будущего состояний организации; Оценки бизнес-возможностей организации, необходимых для проведения стратегических изменений в организации</p>	
<p>ПК19 Способен поддерживать эффективные коммуникации в сфере управления рисками и обеспечивать мотивацию сотрудников подразделений</p>	<p>ИД ПК-19.1. Знать требования к обеспечению сохранения коммерческой тайны; нормы профессиональной этики; нормы корпоративного управления и корпоративной культуры</p> <p>ИД ПК-19.2. уметь поддерживать эффективные коммуникации в сфере управления рисками и обеспечивать мотивацию сотрудников подразделений</p> <p>ИД ПК-19.3. Владеть навыками поддержки эффективных коммуникаций в сфере управления рисками и обеспечивать мотивацию сотрудников подразделений</p>	<p>Анализ опыта, ПС: 08.018 Руководители учреждений, организаций и предприятий; Руководители в области управления политики и планирования деятельности; Управляющие финансово-экономической и административной деятельностью, не входящие в другие группы; Аналитики систем управления и организации</p>
<p>Тип задач профессиональной деятельности: информационно-аналитический</p>		
<p>ПК-2 Информационно-аналитическая поддержка управленческих решений</p>	<p>ИД ПК-2.1. Знать методы и инструменты оперативного планирования; календарно-плановые нормативы; показатели оперативного планирования; постановка оптимизационных задач планирования и методы их решения; документооборот в организации; современные информационные технологии планирования в машиностроительной организации; основы делового общения</p> <p>ИД ПК-2.2. Уметь выбирать оптимальные методы и инструменты планирования; определять и анализировать исходные данные для планирования; налаживать взаимодействие между подразделениями; налаживать эффективное деловое общение; организовывать документооборот; работать с базами данных</p> <p>ИД ПК-2.3. Обоснование структуры исходных данных; сбор исходных данных; проверка достоверности исходных данных; оценка ситуации в случаях, когда отсутствуют оперативные исходные данные; выбор методов и инструментов планирования; разработка форм плановых документов; выбор формы представления исходных данных для оперативного планирования</p>	<p>Анализ опыта, ПС 22.008: Руководители подразделений (управляющие) в обрабатывающей промышленности; Аналитики систем управления и организации; Специалисты по рекламе и маркетингу по сбыту</p>

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС (при наличии), анализ опыта)
ПК-3 Подготовка к проведению маркетингового исследования	<p>ИД ПК-3.1. Применение основ менеджмента; нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; особенности проведения социологических исследований; принципы системного анализа; методы использования прикладных офисных программ</p> <p>ИД ПК-3.2. Применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования; анализировать текущую рыночную конъюнктуру; составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования</p> <p>ИД ПК-3.3. Выявление проблем и формулирование целей исследования; планирование проведения маркетингового исследования; определение маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования; подготовка и согласование плана проведения маркетингового исследования; поиск первичной и вторичной маркетинговой информации; анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг; разработка технического задания для проведения маркетингового исследования; подготовка процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования</p>	Анализ опыта, ПС 08.035: Руководители служб по сбыту и маркетингу, Специалисты по рекламе и маркетингу
ПК-4 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>ИД ПК-4.1. . Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики; особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг; методы проведения маркетингового исследования; психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях; правила, нормы и основные принципы этики делового общения; методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства.</p> <p>ИД ПК-4.2. Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования; проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; создавать отчеты по результатам маркетингового исследования; давать</p>	Анализ опыта, ПС 08.035: Руководители служб по сбыту и маркетингу, Специалисты по рекламе и маркетингу

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС (при наличии), анализ опыта)
	<p>рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга</p> <p>ИД ПК-4.3. Планирование и организация сбора первичной и вторичной маркетинговой информации; обработка полученных данных с помощью методов математической статистики; подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований; формирование предложений по совершенствованию товарной политики; формирование предложений по совершенствованию ценовой политики; формирование предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж; формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</p>	
<p>ПК-7 Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации</p>	<p>ИД ПК-7.1. Инструменты маркетинговых коммуникаций; стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации; состав процесса стратегического и оперативного планирования; организация рекламного дела; законодательство российской федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации.</p> <p>ИД ПК-7.2. Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; формировать имидж и деловую репутацию организации; продвигать товары (услуги) организации на рынок; улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики; выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий; проводить анализ результативности коммуникационной политики; использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики</p> <p>ИД ПК-7.3. Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации; разработка и проведение коммуникационных кампаний в организации; формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации; разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации; формирование имиджа и деловой репутации организации; организация и проведение мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации; разработка и проведение рекламных акций по стимулированию продаж; работа с инструментами прямого маркетинга; подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих</p>	<p>Анализ опыта, ПС 08.035: Руководители служб по сбыту и маркетингу, Специалисты по рекламе и маркетингу</p>



Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС (при наличии), анализ опыта)
	решений	
ПК-14 Подготовка маркетинговых материалов о торгово-промышленных выставках	<p>ИД ПК-14.1. Методы и инструменты работы с базами данных; Виды и особенности организационных структур организаций и сферы ответственности руководителей и специалистов; Методы работы с первичными и вторичными источниками маркетинговой информации</p> <p>ИД ПК-14.2. Классифицировать потенциальных участников торгово-промышленной выставки по возможной заинтересованности в участии в торгово-промышленной выставке; Работать с деловыми электронными и интернет-справочниками; Определять источники информации о потенциальных участниках торгово-промышленных выставок; Работать в основных программах офисных программных пакетов, программных продуктах по управлению клиентскими базами, управлению организацией; Осуществлять первичные звонки для определения контактных лиц конкретной организации - потенциального участника торгово-промышленной выставки</p> <p>ИД ПК-14.3. Поиск контактных данных новых потенциальных участников торгово-промышленных выставок; Внесение контактных данных новых потенциальных участников торгово-промышленных выставок в клиентскую базу; Обновление информации в клиентской базе данных о ходе работы с конкретным участником торгово-промышленных выставок; Выборка по базе данных потенциальных участников для осуществления работы по привлечению участников торгово-промышленных выставок</p>	<p>Анализ опыта, ПС 33.019: Руководители учреждений, организаций и предприятий; Руководители служб по сбыту и маркетингу; Специалисты по рекламе и маркетингу; Агенты по коммерческим продажам; Руководители в области определения политики и планирования деятельности; Руководители служб по рекламе и связям с общественностью; Специалисты по связям с общественностью; Организаторы конференций и других мероприятий</p>
ПК 17 Способен обосновывать подходы, используемые в бизнес-анализе	<p>ИД ПК-17.1. Знать теории межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии; теории конфликтов; методы, техники, процессы и инструменты управления требованиями; языки визуального моделирования; теории управления рисками; теории менеджмента; управления ресурсами; теории организационного развития; теории систем; предметные области и специфику деятельности организации в объеме, достаточном для решения задач бизнес-анализа</p> <p>ИД ПК-17.2. Уметь планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами; выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации; оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами; применять информационные технологии в объеме, необходимом для целей бизнес-анализа</p> <p>ИД ПК-17.3. Владеть навыками определения подхода к проведению бизнес-анализа; определения подхода к работе с информацией бизнес-анализа; Определения</p>	<p>Анализ опыта, ПС 08.037: Руководители учреждений, организаций и предприятий; Аналитики систем управления и организации; руководитель консалтинговой компании</p>

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС (при наличии), анализ опыта)
	подхода к работе с заинтересованными сторонами; определения подхода к разработке различных типов требований; определения подхода к работе с изменениями различных типов требований; определения подхода к оценке эффективности работы по бизнес-анализу	
ПК-20 Маркетинговый анализ, направленный на выявление возможностей эффективного развития организации	<p>ИД ПК-20.1. Закономерности современного развития отраслей экономики и бизнеса, связанных с тематикой организуемых торгово-промышленных выставок, на национальном и международном уровнях; Развитие технологий и инноваций в отраслях экономики и бизнеса, связанных с тематикой организуемых торгово-промышленных выставок, на национальном и международном уровнях; Методы анализа маркетинговой информации; Принципы рыночной конкуренции; Методы эффективного управления проектами; Выставочный менеджмент; Менеджмент в индустрии встреч; История развития выставочной деятельности; Современное развитие выставочной деятельности в Российской Федерации и в мире</p> <p>ИД ПК-20.2. Анализировать и систематизировать большие объемы маркетинговой информации; Выявлять существенные события в развитии различных отраслей экономики, значимые для развития выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок; Применять полученную маркетинговую информацию для принятия управленческих решений; Принимать управленческие решения в сфере развития проектов торгово-промышленных выставок; Формировать, поддерживать и развивать сеть контактов с ключевыми игроками и экспертами отраслей экономики, связанных с организуемыми торгово-промышленными выставками</p> <p>ИД ПК-20.3. Осуществление мониторинга развития отраслей экономики, связанных с тематикой торгово-промышленных выставок, для актуализации концепции торгово-промышленной выставки; Проведение периодического анализа конкурентных проектов торгово-промышленных выставок; Анализ отчетов, предоставляемых специалистами по организации торгово-промышленных выставок</p>	<p>Анализ опыта, ПС 33.019: Руководители учреждений, организаций и предприятий; Руководители служб по сбыту и маркетингу; Специалисты по рекламе и маркетингу; Агенты по коммерческим продажам; Руководители в области определения политики и планирования деятельности; Руководители служб по рекламе и связям с общественностью; Специалисты по связям с общественностью; Организаторы конференций и других мероприятий</p>

#### РАЗДЕЛ IV.

### ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 «МЕНЕДЖМЕНТ» (МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНД- МЕНЕДЖМЕНТ»)

Содержание и организация образовательного процесса при реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки *38.04.02 Менеджмент* (магистерская программа «*Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент*») регламентируется учебным планом направления подготовки; календарным учебным графиком; рабочими программами учебных дисциплин; рабочими программами практик; материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся; фондами оценочных средств, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

#### **4.1. Учебный план по направлению подготовки *38.04.02 Менеджмент* (магистерская программа «*Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент*»)**

В учебном плане отобрана логическая последовательность освоения учебных дисциплин и разделов ОПОП ВО, обеспечивающих формирование компетенций; указана общая трудоемкость учебных дисциплин, практик в зачетных единицах, контактная работа, а также общая и аудиторная трудоемкость в часах.

В обязательной части учебного плана указан перечень базовых дисциплин, практик, в соответствии с требованиями ГОС ВПО ДНР по направлению подготовки *38.04.02 Менеджмент*; ФГОС ВО Российской Федерации по направлению подготовки *38.04.02 Менеджмент* (уровень магистратура). В части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, представлен перечень учебных дисциплин, практик по выбору, указана их последовательность с учетом рекомендаций образовательных и профессиональных стандартов.

В учебном плане выделяется объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем; их самостоятельной работы в академических часах. Для каждой учебной дисциплины (модуля) и практики указывается форма промежуточной аттестации обучающихся.

Учебный план по направлению подготовки *38.04.02 Менеджмент* (магистерская программа «*Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент*») представлен в **Приложении 1**.

#### **4.2. Календарный учебный график по направлению подготовки *38.04.02 Менеджмент* (магистерская программа «*Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент*»)**

В календарном учебном графике представлена последовательность реализации ОПОП ВО по годам, включая периоды осуществления видов учебной деятельности (теоретического обучения, практик, промежуточной и Государственной итоговой аттестации) и каникулярный период.

Календарный учебный график учебного процесса по направлению подготовки *38.04.02 Менеджмент* (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») представлен в **Приложении 2**.

#### **4.3. Рабочие программы учебных дисциплин по направлению подготовки *38.04.02 Менеджмент* (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)**

По каждой из учебных дисциплин, включенных в учебный план, разработан учебно-методический комплекс, включающий рабочую программу дисциплины.

Рабочая программа учебной дисциплины включает следующие разделы:

титульный лист;

цели и задачи освоения дисциплины, соотнесенные с общими целями ОПОП ВО;

результаты освоения дисциплины;

формы контроля;

содержание дисциплины;

характеристика образовательных технологий;

учебно-методическое и материально-техническое обеспечение дисциплины;

фонд оценочных средств;

средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям лиц с ограниченными возможностями здоровья;

методические указания для обучающихся по усвоению дисциплины.

Аннотации к рабочим программам дисциплин (модулей) по направлению подготовки *38.04.02 Менеджмент* (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») приведены в **Приложении 4**.

#### **4.4. Рабочая программа воспитательной работы по направлению подготовки *38.04.02 Менеджмент* (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)**

Рабочая программа воспитательной работы в образовательной организации высшего профессионального образования представляет собой ценностно-нормативную, методологическую, методическую и технологическую основу организации воспитательной деятельности в современной образовательной организации высшего образования.

Областью применения данной рабочей программы в образовательной организации является образовательное и социокультурное пространство, образовательная и воспитывающая среды в их единстве и взаимосвязи.

Программа ориентирована на организацию воспитательной деятельности субъектов образовательного и воспитательного процессов. Воспитание в образовательной деятельности ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» носит системный, плановый и непрерывный характер. Основным средством осуществления такой деятельности является воспитательная система и соответствующая ей рабочая программа воспитания и план воспитательной работы (**Приложение 5**).

#### **4.5. Рабочие программы практик 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)**

В соответствии с ГОС ВПО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») раздел ОПОП ВО «Практика» является обязательным и представляет собой вид учебной деятельности, непосредственно ориентированный на профессиональную подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных и профессиональных компетенций обучающихся.

При реализации данной ОПОП ВО предусматриваются:

##### 1. Учебная практика:

научно-исследовательская практика

##### 2. Производственные практики:

педагогическая практика;

преддипломная практика.

Рабочие программы практик разработаны в соответствии с видами деятельности, на которые ориентирована ОПОП ВО.

Базой для прохождения учебных и производственных практик являются структурные подразделения ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», Министерство транспорта ДНР, предприятия ДНР и РФ, некоммерческие организации.

Рабочие программа всех видов практик приведены в полном объеме в **Приложение 6.**

#### **4.6. Особенности организации образовательного процесса по образовательным программам для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (инклюзивное образование)**

При обеспечении инклюзивного образования инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательную программу включаются специализированные адаптационные дисциплины (модули) в виде факультативов дисциплин. Обучение в ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья может осуществляться как в общих группах, так и по индивидуальному графику. Во время проведения занятий в группах, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, возможно применение звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных и других средств для повышения уровня восприятия учебной информации.

Форма проведения текущего контроля и промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть установлена с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.), при необходимости может быть предоставлено дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик учитывает состояние здоровья и требования по доступности. Информация о

расписании учебных занятий размещена в доступных для обучающихся, являющихся слабовидящими, местах в адаптированной форме.

#### **4.7. Методические рекомендации по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)**

##### **4.7.1. Методические рекомендации по прохождению всех видов практик**

Методические рекомендации по прохождению всех видов практик разработаны в соответствии с «Порядком организации и прохождения практики обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего профессионального образования в ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» (Утверждено Ученым советом ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», протокол № 6 от 03.02.2021 г.) и представлены в **Приложении 6**.

##### **4.7.2. Методические рекомендации по написанию выпускной квалификационной работы**

Методические рекомендации по написанию выпускной квалификационной работы разработаны в соответствии с «Порядком подготовки и защиты магистерских диссертаций обучающихся в ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» (Утверждено Ученым советом ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», протокол № 5 от 26.12.2019 г., приказ ректора № 1243 от 27.12.2019г.) и представлены в **Приложение 7**.

##### **4.7.3 Методические рекомендации по написанию курсовых работ**

Методические рекомендации по написанию курсовых работ по учебным дисциплинам «Формирование маркетинговой стратегии», «Маркетинговое планирование в конкурентной среде» разработаны и представлены в приложении к ОПОП ВО (**Приложение 8**).

## **РАЗДЕЛ V.**

### **ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОПОП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 «МЕНЕДЖМЕНТ» (МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)**

Ресурсное обеспечение ОПОП ВО формируется на основе требований к условиям реализации образовательных программ, определяемых стандартами.

#### **5.1. Кадровое обеспечение образовательного процесса по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)**

Реализация ОПОП ВО обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками, а также лицам привлекаемыми к реализации программы магистратуры на условиях гражданско-правового договора

Квалификация педагогических работников ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и(или) профессиональных стандартах.

Не менее 60% численности научно-педагогических работников ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», участвующих в реализации программы магистратура, и лиц, привлекаемых на иных условиях к реализации программы магистратуры (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень и (или) ученое звание.

Не менее 5% численности научно-педагогических работников ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых на иных условиях к реализации программы магистратуры (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники, и имеют стаж в данной профессиональной сфере не менее 3 лет.

Не менее 70% численности научно-педагогических работников ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых на иных условиях к реализации программы магистратуры (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

Общее руководство научным содержанием программы магистратуры осуществляет д-р. экон. наук, доцент Барышникова Л.П., участвующая в осуществлении научно-исследовательских (творческих) проектов по направлению подготовки *38.04.024 Менеджмент*, имеющая ежегодные публикации по результатам научно-исследовательской (творческой) деятельности в ведущих отечественных рецензируемых научных журналах и изданиях, а также осуществляющая ежегодную апробацию результатов научно-исследовательской (творческой) деятельности на национальных и международных конференциях.

## **5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного процесса *38.04.02 Менеджмент* (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)**

С целью обеспечения высокой эффективности учебного процесса в ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» значительное внимание уделяется организации учебно-методической работы.

Автоматизация управления учебным процессом обеспечивает администрации его прозрачность, оперативность принятия необходимых решений и уменьшает трудоемкость в разработке учебных планов, учебной нагрузки, составления расписания занятий, формирования персональных данных, о достижениях обучающихся, рейтинга преподавателей, обработки информации.

Образовательная программа обеспечена методическими и оценочными материалами по всем учебным дисциплинам (модулям), практикам образовательной программы.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-

образовательной среде ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-коммуникационной сети «Интернет» на территории образовательного учреждения и вне ее.

Библиотечный фонд укомплектован печатными и электронными изданиями основной и дополнительной учебной литературы по дисциплинам учебного плана. Для обучающихся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам. Центр компьютерных и информационных технологий ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» принимает участие в планировании и организации учебного процесса с использованием компьютерных, сетевых и информационных ресурсов для реализации современных методов обучения; обеспечивает создание, развитие и поддержание открытой системы сетевых компьютерных и информационных ресурсов для использования в учебной деятельности. Информация о учебно-методическом и информационном обеспечении ОПОП ВО приводится в рабочих программах дисциплин, программах практик и Государственной итоговой аттестации.

#### **5.4. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса в ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)**

Учебный процесс полностью обеспечен материально-технической базой для проведения всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской и самостоятельной работ обучающихся, предусмотренных учебным планом направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Образовательный процесс обеспечен учебными аудиториями для проведения занятий, предусмотренных программой магистратуры, оснащенными оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых указан в рабочих программах дисциплин (модулей); помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ГОУ ВПО «ДОНАУИГС».

Информация о материально-техническом обеспечении ОПОП ВО приводится в рабочих программах дисциплин, программах практик и государственной итоговой аттестации.

#### **5.5. Финансовые условия реализации ООП ВПО 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)**

Финансовое обеспечение реализации программы магистратуры должно осуществляться в объёме не ниже установленных Министерством образования и науки Донецкой Народной Республики базовых нормативных затрат на оказание государственной услуги в сфере образования для данного уровня образования и



направления подготовки с учетом корректирующих коэффициентов, учитывающих специфику образовательных программ в соответствии с Методикой определения нормативных затрат на оказание государственных услуг по реализации имеющих государственную аккредитацию образовательных программ высшего образования по специальностям и направлениям подготовки, утвержденной приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики.

Нормативные затраты на оказание государственной услуги в сфере высшего профессионального образования для реализации программы магистратуры по данному направлению подготовки устанавливаются уполномоченным органом исполнительной власти.

## **РАЗДЕЛ VI. ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», ОБЕСПЕЧИВАЮЩАЯ РАЗВИТИЕ УНИВЕРСАЛЬНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКА**

Реализация ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерской программы «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») предусматривает использование всех имеющихся возможностей ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» для формирования и развития универсальных компетенций выпускников.

Международная деятельность ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» направлена на укрепление межвузовских связей в области образования, культуры, науки и просветительской деятельности и осуществляется по следующим направлениям:

- обеспечение мобильности студентов, аспирантов, преподавателей ГОУ ВПО «ДОНАУИГС»;
- обмен научно-педагогическими работниками для чтения лекций, проведения консультаций, обмена опытом в научной и методической работе;
- обмен научной и технической информацией;
- участие в спортивных соревнованиях и др.

В 2014-2021 гг. активизировалось сотрудничество ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» с высшими образовательными учреждениями Российской Федерации, среди которых:

ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента экономики и бизнеса»;

ЧОУ ВО «Таганрогский институт экономики и управления».

В ближайшей перспективе ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» планирует осуществить следующие мероприятия:

- внедрить новые подходы к организации учебного процесса с главной задачей – обеспечить качество высшего образования;
- приумножить контингент студентов;
- сохранить и приумножить научно-методическую базу как основу качества высшего образования;
- активно взаимодействовать с органами государственной и исполнительной власти Донецкой Народной Республики.

В 2014 г. в ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» действует Совет студенческого самоуправления. В его состав входят представители факультетов и председатель студенческого научного общества ГОУ ВПО «ДОНАУИГС». Возглавляет Совет студенческого самоуправления председатель. Совет определяет стратегические пути развития студенческого самоуправления в ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», принимает решения по наиболее важным вопросам студенческой жизни, координирует ее. Руководители студенческого самоуправления всех уровней избираются на альтернативной основе путем тайного голосования студентов ГОУ ВПО «ДОНАУИГС».

Под руководством Совета студенческого самоуправления и профсоюза студентов работают кружки художественной самодеятельности, проводятся вечера отдыха, различные конкурсы, праздничные концерты. К наиболее значимым мероприятиям относятся:

День Знаний; Дебют первокурсника; празднование Масленицы; фестиваль «Звездная Академия»; цикл мероприятий, приуроченных празднования Дня Победы; мероприятия, посвященные празднования Дня Донецкой Народной Республики; вокальный Олимп. А также различные спартакиады, соревнования и организация сдачи нормативов ГТО; посещения Республиканских детских домов; участие в Днях донора; традиционные концерты к праздничным датам; участие студентов в организации и проведении научных мероприятий.

## **РАЗДЕЛ VII. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ООП ВПО**

### **7.1. Фонды оценочных средств проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерской программы «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)**

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений требованиям соответствующей ОПОП ВО созданы фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Фонды оценочных средств разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом «Порядок разработки и содержания фондов оценочных средств основной образовательной программы высшего профессионального образования в ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» (протокол Ученого совета ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» №9 от 22.04.2021 г., приказ ректора № 478 от 26.04.2021 г.). Фонды оценочных средств позволяют оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

Требования к формам, периодичности, процедурам проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплинам (модулям) регулируются локальным нормативным актом «Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» (приказ ректора ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» от 29.04.2020 г. № 462).

Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации указаны в рабочих программах дисциплин (модулей).

### **7.2. Фонды оценочных средств для аттестации результатов практической подготовки обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерской программы «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)**

Фонды оценочных средств для аттестации результатов практической подготовки обучающихся приведены в соответствующих программах практик и ориентированы на использование балльно-рейтинговой системы оценки, предполагающей последовательное и систематическое накопление баллов за выполненные запланированные виды работ.

При выполнении программы учебных и производственных практик требования к формам, периодичности, процедурам проведения контроля и аттестации результатов практической подготовки обучающихся регулируются локальным нормативным актом «Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся» (приказ ректора ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» от 29.04.2020 г. № 462).

Фонды оценочных средств в полном объеме представлены в учебно-методическом комплексе практик.

### **7.3. Государственная итоговая аттестация и фонды оценочных средств, для проведения Государственной итоговой аттестации обучающихся 38.04.02 Менеджмент (магистерской программы «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)**

Государственная итоговая аттестация выпускника является обязательной и осуществляется после освоения ОПОП ВО в полном объеме.

Государственная итоговая аттестация по программе магистратуры включает подготовку и сдачу Государственного экзамена, и подготовку к процедуре защиты и защита ВКР.

Программа Государственной итоговой аттестации выпускников по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерской программы «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») приведена в Приложении 9.

Фонды оценочных средств для проведения Государственной итоговой аттестации обучающихся разрабатываются научно-педагогическими работниками выпускающей кафедры с учетом необходимости контроля сформированности компетенций в соответствии с требованиями образовательных стандартов и учебного плана.

Для проведения государственного экзамена осуществляется подготовка соответствующих заданий различных уровней сложности, направленных на реализацию обучающимися полученных навыков, знаний и умений.

Фонды оценочных средств представлены в виде приложения к программе Государственной итоговой аттестации по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерской программы «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»).

## **РАЗДЕЛ VIII. ОРГАНИЗАЦИЯ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ ОПОП ВО В ЦЕЛОМ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЕЕ ДОКУМЕНТОВ**

Обеспечивающие кафедры по согласованию с выпускающими кафедрами или (по требованию) сами выпускающие кафедры имеют право ежегодно обновлять (с утверждением внесённых изменений и дополнений в установленном порядке) данную ОПОП ВО (в части состава дисциплин (модулей) учебного плана и/или содержания рабочих программ учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей), программ практик, методических материалов, обеспечивающих реализацию соответствующей образовательной технологии) с учётом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы, а также новых руководящих и методических материалов, решений учёного совета и ректората ГОУ ВПО «ДОНАУИГС».

Изменения в учебный план вносятся решением Ученого совета ГОУ ВПО «ДОНАУИГС».

**ПРИЛОЖЕНИЕ 1**

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02  
МЕНЕДЖМЕНТ (МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ  
МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)**

**ПРИЛОЖЕНИЕ 2**

**ГРАФИК ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО  
НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ (38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ  
(МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И  
БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)**

**ПРИЛОЖЕНИЕ 3**

**МАТРИЦА КОМПЕТЕНЦИЙ И ФОРМИРУЮЩИХ ИХ ОСНОВНЫХ  
ЧАСТЕЙ ОПОП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02  
МЕНЕДЖМЕНТ (МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ  
МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ») ПРИВЕДЕНА В УЧЕБНОМ  
ПЛАНЕ В ВИДЕ ПРИЛОЖЕНИЯ К НЕМУ**

**ПРИЛОЖЕНИЕ 4**

**АННОТАЦИИ К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН  
ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ  
(МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И  
БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)**

**ПРИЛОЖЕНИЕ 5**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

**ПРИЛОЖЕНИЕ 6**

**РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ПРАКТИК ПО НАПРАВЛЕНИЮ  
ПОДГОТОВКИ 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ (МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ  
«СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)**

**ПРИЛОЖЕНИЕ 7**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО НАПИСАНИЮ  
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ  
ПОДГОТОВКИ 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ (МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ  
«СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)**

**ПРИЛОЖЕНИЕ 8**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО НАПИСАНИЮ КУРСОВЫХ  
РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНАМ «ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ  
СТРАТЕГИИ», «МАРКЕТИНГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В  
КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ»**

**ПРИЛОЖЕНИЕ 9**

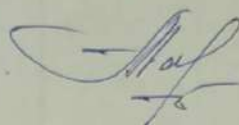
**ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО  
НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ  
(МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И  
БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)**

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования составлена в соответствии с требованиями ГОС ВПО, с учетом рекомендаций примерной ООП ВПО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»).

### Разработчики ООП

Коллектив разработчиков основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»):

Заведующий кафедрой  
маркетинга и логистики,  
д-р экон.наук, доцент




Л.П. Барышникова

Доцент кафедры маркетинга и логистики,  
канд.экон.наук, доцент  
ответственный по учебно-методической работе



Т.А. Попова

Доцент кафедры маркетинга и логистики,  
канд.экон.наук, доцент



И.М. Ягнюк

Рассмотрено на заседании кафедры маркетинга и логистики  
(протокол № 1 от 26.09.2021)

Рассмотрено  
на заседании Учебно-методического совета ГОУ ВПО «ДОНАУИГС»  
(протокол № 1 от 26.09.2021)  
Председатель Л.Н. Костина

ОДОБРЕНО  
на заседании Ученого совета ГОУ ВПО «ДОНАУИГС»  
(протокол № 1 от 26.09.2021)

## РЕЦЕНЗИЯ

**на основную профессиональную образовательную программу высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»), разработанную выпускающей кафедрой маркетинга и логистики ГОУ ВПО «ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»**

Рецензируемая основная профессиональная программа высшего образования (далее - ОПОП ВО) по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») представляет собой комплекс документов, разработанный кафедрой маркетинга и логистики ГОУ ВПО «ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ» (далее - ГОУ ВПО «ДОНАУИГС») с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 952 от 12.08.2020 г. и Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики №87-НП от 28.06.2021 г.

### **1. Общая характеристика ОПОП ВО**

На рецензию представлен комплект документов, регламентирующий содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»): учебный план; календарный учебный график; рабочие программы учебных дисциплин; рабочие программы практик; рабочая программа по воспитанию; программа Государственной итоговой аттестации; оценочные и методические материалы.

В соответствии с календарным учебным графиком и учебным планом срок освоения программы по очной форме обучения – 2 года, что соответствует Государственным образовательным стандартам ВО.



В соответствии с учебным планом объем программы магистратуры составляет 120 зачетных единиц – соответствует Государственным образовательным стандартам ВО.

Виды профессиональной деятельности по ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»): организационно-управленческий, информационно-аналитический, научно-исследовательский и педагогический – соответствуют потребности экономики региона в подготовке выпускников, способных к решению профессиональных задач в области стратегического маркетинга и бренд-менеджмента.

## **2. Описание и оценка структуры ОПОП ВО**

Цель основной профессиональной образовательной программы подготовки магистра – это методическое обеспечение реализации требований образовательных стандартов ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент и на этой основе развитие у обучающихся социально-личностных качеств путем формирования универсальных, общекультурных и профессиональных компетенций, способствующих его социальной мобильности и устойчивости на рынке труда.

При составлении учебного плана учтены требования к структуре программы, условиям реализации, сформулированные в образовательных стандартах ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент.

В учебном плане для обеспечения формирования компетенций в соответствии с выбранным видом профессиональной деятельности представлен перечень учебных дисциплин, практик, Государственная итоговая аттестация обучающихся, факультативных и элективных дисциплин с указанием их объема в часах и зачетных единицах, последовательности и распределения их по периодам обучения. В учебном плане выделяется объем работы обучающихся в часах при контактной работе с преподавателем по видам занятий и объем самостоятельной работы обучающихся в академических часах. Для каждой дисциплины (модуля) и практики указывается форма промежуточной аттестации обучающихся.

Структура ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») отражена в учебном плане и включает блоки:

Блок 1 «Дисциплины (модули)», включающий дисциплины, относящиеся к обязательной части программы, и дисциплины, относящиеся к части, формируемой участниками образовательных отношений

(вариативной).

Блок 2 «Практики», который в полном объеме относится к обязательной части программы.

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация», который в полном объеме относится к обязательной части программы и завершается присвоением квалификации магистр.

Содержание рабочих программ учебных дисциплин и практик по образовательной программе магистратуры «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» соответствует требованиям образовательных стандартов ВО к минимуму содержания и уровню подготовки обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент.

По всем дисциплинам учебного плана ведущими преподавателями разработаны рабочие программы учебных дисциплин с учетом компетентностного подхода, с применением активных и инновационных методов обучения. Рабочие программы учебных дисциплин определяют цели и задачи учебной дисциплины, ее место в структуре ОПОП ВО, требования к результатам освоения, объем и виды учебной работы, структуру разделов и их содержание, примерные тематики курсовых работ, учебно-методическое и информационное обеспечение, материально-техническое обеспечение, методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины, фонды оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся.

Дисциплины учебного плана по рецензируемой образовательной программе формируют весь необходимый перечень универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, предусмотренных образовательными стандартами ВО и определенных в ОПОП ВО для обучающихся магистерской программы «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент».

В соответствии с образовательными стандартами ВО практика является обязательным разделом ОПОП ВО магистратуры и предусматривает учебную (научно-исследовательскую) и производственную (педагогическую и по профилю профессиональной деятельности) практики, направленные на обеспечение непрерывности и последовательности овладения обучающимися профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню подготовки выпускника.

Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию универсальных, общепрофессиональных и

профессиональных компетенций обучающихся. Содержание программ практик свидетельствует об их способности сформировать практические навыки студентов.

Реализация компетентностного подхода, предусмотренного образовательными стандартами ВО, осуществляется посредством широкого использования в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

### **3. Краткая характеристика фондов оценочных средств для текущего контроля, промежуточной аттестации и Государственной итоговой аттестации**

В соответствии с требованиями образовательных стандартов ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям рецензируемой ОПОП ВО созданы фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и итоговой аттестации, которые включают в себя типовые задания, контроль знаний по разделам, тесты и другие оценочные средства, позволяющие оценить качество формирования универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, приобретаемых выпускником, а также фонды оценочных средств для Государственной итоговой аттестации.

Фонды оценочных средства разработаны согласно действующему Порядку разработки и содержания фондов оценочных средств ОПОП ВО в ГОУ ВПО «ДОНАУИГС». Фонды оценочных средств соответствуют требованиям образовательных стандартов ВО.

Темы курсовых работ и магистерских диссертаций соответствуют видам профессиональной деятельности выпускника по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент магистерской программе «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент».

### **4. Общее заключение**

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»), реализуемая ГОУ ВПО «ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ», полностью соответствует требованиям ФГОС ВО, ГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02

Менеджмент, а также современному уровню развития науки и практики в профессиональной сфере.

Требования к содержанию, обновлению, реализации компетентностного подхода ОПОП ВО и созданию условий для всестороннего развития личности в целом выполнены.

Рецензируемая основная профессиональная образовательная программа отвечает основным требованиям государственного образовательного стандарта и способствует формированию универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент».

В результате освоения ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») будут сформированы универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции, способствующие развитию практических навыков будущих профессионалов в сфере стратегического маркетинга и бренд-менеджмента, формированию всесторонне развитой личности, способной самостоятельно решать профессиональные задачи.

Рецензент:

Директор  
(должность)



Богданов П. В.  
(И.О.Ф.)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021г.

## РЕЦЕНЗИЯ

на основную профессиональную образовательную программу высшего образования квалификации выпускника «магистр» по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент», разработанную выпускающей кафедрой «Маркетинг и логистика» факультета «Производственный менеджмент и маркетинг» ГОУ ВПО «ДОНАУИГС»

Рецензируемая основная образовательная программа по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» представляет собой систему документов, разработанную на основе Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО) по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР от 28.06.2021 г. № 87-НП.

Общая характеристика образовательной программы представлена на официальном сайте ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», и содержит следующую информацию: квалификация выпускника, форма и срок обучения, вступительные экзамены, выпускающая кафедра (наименование, адрес, телефон); краткая характеристика направления подготовки и характеристика деятельности выпускников; приведен полный перечень универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, которыми должен обладать выпускник в результате освоения образовательной программы.

Структура программы отражена в учебном плане и включает следующие части (циклы): Б.1 Дисциплины (модули), Б.2 Практика, Б.3 Государственная итоговая аттестация.

Программа содержит обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений. Все дисциплины обязательной части предусмотрены в учебном плане. Дисциплины по выбору студента составляют 4 зачетных единиц, факультативные дисциплины - 10.

Дисциплины учебного плана по рецензируемой образовательной программе формируют весь необходимый перечень универсальных, общепрофессиональных компетенций, предусмотренных ГОС ВПО.

Качество содержательной составляющей учебного плана не вызывает сомнений. Включенные в план дисциплины раскрывают сущность актуальных на сегодняшний день проблем, таких как формирование маркетинговой стратегии, маркетинговое планирование в конкурентной среде, креативные технологии в маркетинге и рекламе, методы изучения рынков и маркетинговый анализ и др.

Структура плана в целом логична и последовательна.

Оценка аннотированных рабочих программ дисциплин, представленных на сайте ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», позволяет сделать вывод, что содержание дисциплин соответствует компетентностной модели выпускника.

Рабочие программы дисциплин рецензируемой образовательной программы наглядно демонстрируют использование активных и интерактивных форм проведения занятий, включая дискуссии, деловые игры, разбор конкретных ситуаций и др.

Разработанная образовательная программа предусматривает профессионально-практическую подготовку обучающихся в виде практики, а именно:

учебная практика (научно-исследовательская практика) - 2 недели в 1,2 и 3 семестре,

производственная практика (педагогическая практика) - 2 недели во 2 семестре,

производственная практика (практика по профилю профессиональной деятельности) - 8 недель в 4 семестре.

Содержание программ практик свидетельствует об их способности сформировать практические навыки студентов.

Анализ программ дисциплин и практик показал, что при реализации программы используются разнообразные формы и процедуры текущего и итогового контроля успеваемости:

контрольные вопросы и типовые задания для семинарских и практических занятий, контроля знаний по разделам, зачетов и экзаменов;

тестовые задания;

примерная тематика курсовых работ, рефератов.

Порядок разработки и утверждения оценочных средств закреплён в локальном документе «Порядок о фонде оценочных средств для установления уровня сформированности компетенций обучающихся и выпускников ГОУ ВПО «ДОНАУИГС» на соответствие требованиям Государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования.

При разработке оценочных средств для контроля качества изучения модулей, дисциплин, практик учитываются все виды связей между включёнными в них знаниями, умениями, навыками, позволяющие установить качество сформированных у обучающихся компетенций по видам деятельности и степень общей готовности выпускников к профессиональной деятельности.

Следует отметить, что созданы условия для максимального приближения системы оценки и контроля компетенций студентов-магистрантов к условиям их будущей профессиональной деятельности. С этой целью, кроме преподавателей конкретной дисциплины в качестве внешних экспертов активно используются работодатели.

Рецензируемая образовательная программа имеет высокий уровень обеспеченности учебно-методической документацией и материалами. Выборочный анализ каталога электронной библиотеки образовательного учреждения показал, что в нём представлены программы всех заявленных дисциплин, практик и Государственной итоговой аттестации.

В качестве сильных сторон рецензируемой образовательной программы следует отметить:

- актуальность ОПОП;
- привлечение для реализации ОПОП опытного профессорско-преподавательского состава, а также ведущих специалистов-практиков;
- учет требований работодателей при формировании дисциплин;
- углубленное изучение отдельных областей знаний;
- практикоориентированность ОПОП;
- инноватику, отраженную в темах курсовых работ и ВКР;
- другое.

В целом, рецензируемая основная профессиональная образовательная программа отвечает основным требованиям государственного образовательного стандарта и способствует формированию универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент».

Рецензент:



*Директор ООО АРТ ХАУС*  
(Должность, регалии)

*[Handwritten signature]*  
подпись

*Д.В. Ишимов*  
ФИО

Дата