

**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 № 10/2
от «28» апреля 2022 г.



Л.Б. Костровец

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

по направлению подготовки	<i>38.04.02 Менеджмент</i>
магистерская программа	<i>«Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»»</i>
квалификация	<i>магистр</i>
форма обучения	<i>очная / заочная</i>
год начала подготовки по ОП	<i>2022</i>

Донецк
2022

Утверждение изменений в ОПОП ВО для реализации в 2023 - 2024 учебном году
ОПОП ВО пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2023 - 2024 учебном году
на заседании Ученого совета ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» 25.05.2023 г., протокол № 14

Ученый секретарь совета _____
____. ____ . 20__ г.

Утверждение изменений в ОПОП ВО для реализации в 20__ - 20__ учебном году
ОПОП ВО пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 20__ - 20__ учебном году
на заседании Ученого совета ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» ____ . ____ . 20 __, протокол №

Ученый секретарь совета _____
____. ____ . 20__ г.

Утверждение изменений в ОПОП ВО для реализации в 20__ - 20__ учебном году
ОПОП ВО пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 20__ - 20__ учебном году
на заседании Ученого совета ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» ____ . ____ . 20 __, протокол №

Ученый секретарь совета _____
____. ____ . 20__ г.

Утверждение изменений в ОПОП ВО для реализации в 20__ - 20__ учебном году
ОПОП ВО пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 20__ - 20__ учебном году
на заседании Ученого совета ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» ____ . ____ . 20 __, протокол №

Ученый секретарь совета _____
____. ____ . 20__ г.

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ I. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- | | | |
|------|--|------|
| 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 (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») | |
| 1.3 | Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») | |
| 1.4 | Формы обучения и срок освоения образовательной программы | |
| 1.5 | Требования к абитуриенту | |

РАЗДЕЛ II. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ (ПРОФИЛЬ «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)

- | | | |
|------|--|------|
| 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 | |

РАЗДЕЛ III. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ (ПРОФИЛЬ «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)

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

- | | | |
|-------|--|------|
| 4.1. | Учебный план по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») | |
| 4.2 | Календарный учебный график по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») | |
| 4.3. | Структурно-логическая схема по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») | |
| 4.4. | Рабочие программы учебных дисциплин по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») | |
| 4.5. | Рабочие программы практик по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «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 (профиль «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 (ПРОФИЛЬ «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)

Кадровое обеспечение образовательного процесса по направлению подготовки

5.1. 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)

Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного

5.2 процесса по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по

5.3 направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)

Финансовые условия реализации основной профессиональной образовательной

5.4. программы высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)

РАЗДЕЛ VI. ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ», 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 (ПРОФИЛЬ «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)

Фонды оценочных средств проведения текущего контроля успеваемости и

7.1 промежуточной аттестации по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)

Государственная итоговая аттестация выпускника основной профессиональной

7.2 образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «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 (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)

РАЗДЕЛ VIII. ОРГАНИЗАЦИЯ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ (ПРОФИЛЬ «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* (профиль «*Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент*»), реализуемая в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Донецкая академия управления и государственной службы» (далее – ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС»), представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную с учетом требований рынка труда на основе 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 (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)

Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273–ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);

Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 года № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (с изменениями и дополнениями);

Приказ Министерства образования и науки РФ от 29 июня 2015 г. № 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры» (с изменениями и дополнениями);

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.;

иные нормативных документов Министерства науки и образования Российской Федерации.

Устав Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Донецкая академия управления и государственной службы»;

локальные нормативные акты Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Донецкая академия управления и государственной службы».

1.3. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «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 (профиль «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 (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» следует требованиям 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).

*Цели подготовки по основной профессиональной образовательной программе
высшего образования*

Код цели	Формулировка цели	Требования ФГОС ВО 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	ФГОС ВО; Работодатели
Ц2	Предоставить студентам возможность изучить динамическое воздействие деловой среды и поведения человека на формирования бренда компаний.	ФГОС ВО; Работодатели
Ц3	Понимать процессы маркетинговых исследований для определения возможностей и проблем в маркетинге продуктов и услуг.	ФГОС ВО; 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.	ФГОС ВО; Работодатели
Ц5	Методическое обеспечение реализации ФГОС ВО 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 ФГОС ВО по данному направлению подготовки	ФГОС ВО; Работодатели

Задачи ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «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 (профиль «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 (профиль «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 ФГОС ВО по направлению подготовки *38.04.02 Менеджмент* (профиль «*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 ФГОС ВО.

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

1.5. Требования к абитуриенту

Основные требования к абитуриенту устанавливаются правилами приема граждан в ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС».

К освоению образовательных программ допускаются лица, имеющие образование соответствующего уровня, подтвержденное при поступлении на обучение по программам магистратуры – документом о высшем образовании и о квалификации.

Прием в ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» осуществляется на первый курс. Прием на обучение в ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» проводится на конкурсной основе:

1) в рамках контрольных цифр приема граждан на обучение за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета (далее соответственно – контрольные цифры, бюджетные ассигнования):

а) на места в пределах квоты приема на целевое обучение (далее – целевая квота);

б) на места в пределах квоты приема на обучение по программам бакалавриата за счет бюджетных ассигнований лиц, имеющих особое право на прием в пределах квоты (далее – особая квота), которая устанавливается ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» в размере 10 % от объема контрольных цифр по каждому направлению подготовки;

в) на места в пределах отдельной квоты приема на обучение по программам бакалавриата за счет бюджетных ассигнований (далее – отдельная квота), которая устанавливается ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» в размере 10 % от объема контрольных цифр по каждому направлению подготовки;

г) на места в рамках контрольных цифр за вычетом мест в пределах целевой квоты, особой квоты и отдельной квоты (далее соответственно – основные места в рамках контрольных цифр, места в пределах квот);

2) на места для обучения по договорам об образовании, заключаемым при приеме на обучение за счет средств физических и (или) юридических лиц (далее - договоры об оказании платных образовательных услуг).

Прием на обучение по программам магистратуры проводится по результатам вступительных испытаний, установление перечня и проведение которых осуществляется в соответствии Правилами приема.

Образовательная программа реализуется на русском языке.

РАЗДЕЛ II. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ ОПОП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 «МЕНЕДЖМЕНТ» (ПРОФИЛЬ «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» (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») востребованы на предприятиях и в организациях: ООО «Артхаус», ООО «Макивест», ООО «Енакиевский мясокомбинат», ООО «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:

№	Тип задач	Задачи профессиональной деятельности
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;

2.5. Перечень профессиональных стандартов и описание трудовых функций

Основная профессиональная образовательная программа сопряжена с такими профессиональными стандартами:

06.043 Специалист по интернет-маркетингу

08.035 Маркетолог

22.008 Специалист по маркетинговым исследованиям в области пищевой и перерабатывающей промышленности

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:

06.043 Специалист по интернет-маркетингу

1. Обобщенная трудовая функция К.7 «Стратегическое планирование интернет-кампаний»

1.1. Трудовая функция К/01.7: «Проведение переговоров с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»»

1.2. Трудовая функция К/02.7: «Разработка системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта, и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»»

1.3. Трудовая функция К/03.7: «Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»»

1.4. Трудовая функция К/04.7: «Формирование и обоснование бюджета продвижения проекта в информационно-коммуникационной сети «Интернет»»

1.5. Трудовая функция К/05.7: «Контроль реализации стратегии продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет»»

1.6. Трудовая функция К/06.7: «Составление отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-коммуникационной сети «Интернет»»

2. Обобщенная трудовая функция L.7 «Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга»

21.1. Трудовая функция L/01.7: «Разработка системы мотивации специалистов по интернет-маркетингу»

2.2. Трудовая функция L/02.7: «Формирование требований к составу и квалификации специалистов по интернет-маркетингу»

2.3. Трудовая функция L/03.7: «Управление специалистами по интернет-маркетингу и контроль их работы»

08.035 Маркетолог

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

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

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

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

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

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

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

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

22.008 Специалист по маркетинговым исследованиям в области пищевой и перерабатывающей промышленности

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

1.1. 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»

1.2. 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»

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)
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.

РАЗДЕЛ III.
ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ
МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02
«МЕНЕДЖМЕНТ» (ПРОФИЛЬ «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.

		<p>ИД УК-2.4. Применяет и обосновывает соответствующие методы управления проектом на всех этапах его жизненного цикла.</p> <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, вырабатывая 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</p>

		государственном (-ых) и иностранном (-ых) языках. ИД УК-4.5. Ведет устные деловые разговоры на государственном и иностранном (-ых) языках. ИД УК-4.6. Демонстрирует умение выполнять перевод текстов различного объема и стилистики с иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный (-ые) язык (-и).
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИД УК-5.1. Демонстрирует способность 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)

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции (устанавливается ОО ВПО самостоятельно)
	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. Проводит статистическую обработку и интеллектуальный анализ информации, необходимой для принятия обоснованных организационно-управленческих решений. ИД ОПК-2.2. Выбирает и использует адекватные содержанию профессиональных задач методы обработки и анализа данных. ИД ОПК-2.3. Владеет навыками применения в рамках исследовательских работ методик сбора, обработки и анализа данных, необходимых, в том числе с применением интеллектуальных информационно-аналитических систем.
ОПК-3 Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	ИД ОПК-3.1. Описывает проблемные ситуации деятельности организации, используя профессиональную терминологию и технологии управления, оценивает операционную и организационную эффективность и социальную значимость организационно-управленческих решений. ИД ОПК-3.2. На основе анализа результатов проблемных ситуаций организации выявляет и формирует организационно-управленческие решения, разрабатывает и обосновывает их с учетом достижения экономической, социальной и экологической эффективности. ИД ОПК-3.3. Оценивает ожидаемые результаты реализации предлагаемых организационно-управленческих решений, применяя современный компьютерный инструментарий, и обеспечивает их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной 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. Знает принципы руководства организацией с использованием современных практик управления и коммуникативных навыков для достижения целевых установок развития инновационных направлений деятельности организации. ИД ОПК-4.2. Умеет делать выбор эффективного стиля управления с реализацией основных функций менеджмента для оценки актуальных рыночных возможностей и планирования эффективного функционирования и инновационного развития 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.

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции (устанавливается ОО ВПО самостоятельно)
	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, информационно-аналитический		
ПК-1 Способность стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/ предприятий в сети Интернет	<p>ИД ПК-1.1. Знать этику делового общения и правила ведения переговоров; основы предпринимательской деятельности, маркетинга; принципы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в сети Интернет; законодательство и нормативно-правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; основы поисковой оптимизации, работы с социальными медиа; систему инструментов Интернет-маркетинга и особенности функционирования социальных медиа</p> <p>ИД ПК-1.2. Уметь проводить переговоры; анализировать информацию; разрабатывать стратегию продвижения; разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию; разрабатывать ресурсы для реализации стратегии; взаимодействовать с персоналом организации и заказчика; планировать работы на каждом этапе продвижения, распределять ресурсы, проводить мониторинг, контролировать результат; составлять отчетную и аналитическую документацию</p> <p>ИД ПК-1.3. Владеть навыками проведения переговоров и согласования стратегии продвижения; определения целей, системы показателей проекта продвижения, планирования результатов и определения ключевых показателей эффективности; анализа работы сотрудников; обоснования ресурсов; анализа результатов и определения, устранения причин отклонений; составления отчетной и аналитической документации</p>	Анализ опыта, ПС 06.043: ТФ К/01.7; К/02.7; К/03.7; К/04.7; К/05.7; К/06.7; L/03.7

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС (при наличии), анализ опыта)
ПК -2 Способность управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта	<p>ИД ПК-2.1. Основы законодательства, квалификационные требования; основы маркетинга, менеджмента, права и управления персоналом; системы мотивации;</p> <p>ИД ПК-2.2. Уметь анализировать и систематизировать информацию; разрабатывать стратегию развития; распределять и делегировать полномочия; проводить переговоры</p> <p>ИД ПК-2.3. Владеть навыками подбора, адаптации и мотивации персонала; определения основных показателей эффективности работы персонала; проведения переговоров</p>	Анализ опыта, ПС 06.043: ТФ L/01.2; L/03.2; L/03.2; K/05.7
ПК-3 Способность разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>ИД ПК-3.1. 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; 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-3.2. Уметь определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации; проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов); создавать 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; разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги); рассчитывать цены на товары (услуги) организации; разрабатывать средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования; сравнивать</p>	Анализ опыта, ПС 08.035: В/01.7; В/02.7; В/03.7

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС (при наличии), анализ опыта)
	<p>рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги); проводить маркетинговые исследования по ценам; проводить аудит ценовой политики организации</p> <p>ИД ПК-3.3. 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); реализации и совершенствование ассортиментной политики организации; проведения коммуникационных (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); 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>	
<p>ПК-4 Способность разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации</p>	<p>ИД ПК-4.1. Знать 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 государства и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации.</p> <p>ИД ПК-4.2. Уметь 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</p>	<p>Анализ опыта, ПС 08.035: ТФ: В/04.7; ПС 06.043: ТФ К/01.7</p>

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС (при наличии), анализ опыта)
	<p>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-4.3. Владеть навыками разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации; разработка и проведения коммуникационных кампаний в организации; формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации; разработки технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации; формирования имиджа и деловой репутации организации; организация и проведение мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации; разработки и проведения рекламных акций по стимулированию продаж; работа с инструментами прямого маркетинга; подготовки рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений</p>	
<p>ПК-5 Способность формирования маркетинговой стратегии организации/предприятия</p>	<p>ИД ПК-5.1. Знать методику 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-5.2. Уметь 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-5.3. Владеть навыками организации работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации; создания и развитие стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации; создание и развитие операционной системы для выполнения маркетинговых функций в</p>	<p>Анализ опыта, ПС 08.035: ТФ С/1.8 ПС 06.043: ТФ К/03.7</p>

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС (при наличии), анализ опыта)
	организации; руководства работой по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур маркетинговой службы организации	
ПК-6 Способность разработки и реализации планов и контроля маркетинговой деятельности организации/предприятия	<p>ИД ПК-6.1. Знать инструменты риск-менеджмента; методы управления бизнес-процессами; процесс управления знаниями в организации; методы и организационные возможности управления изменениями; методы управления проектами; законодательство государства и международное право в области маркетинговой деятельности; методы планирования и контроля</p> <p>ИД ПК-6.2. Уметь 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-6.3. Владеть навыками подготовки предложений и разработки планов по работе маркетинговой службы организации; согласования и реализации планов маркетинговой поддержки системы продаж в организации; согласования и реализации плана маркетинга организации; обеспечения развития маркетинговой службы организации; подготовки и защиты отчетов о работе маркетинговой службы перед руководящими органами и лицами организации; обеспечения контроля маркетинговой деятельности организации</p>	Анализ опыта, ПС 08.035: ТФ С/02.8 ПС 06.043; ТФ: К/02.7; К/05.7; L/03.7
ПК-7 Способность к осуществлению информационно-аналитической деятельности, проведению маркетинговых исследований	<p>ИД ПК-7.1. Знать технологии и средства сбора и обработки информации; типы и виды источников информации; методы проведения маркетинговых исследований; законодательные требования и нормы; методы системного анализа, линейного программирования, теории вероятностей, экономико-математические модели; требования к составлению аналитической информации</p> <p>ИД ПК-7.1. Уметь использовать современные методы и сетевые технологии оперативного сбора, анализа и обработки маркетинговой информации; осуществлять процедуры анализа, оценки и распределения маркетинговой информации; выявлять потенциальные воздействия внешней среды;</p>	Анализ опыта, ПС 22.008: ТФ С/01.7; С/02.7 ПС 06.043: ТФ К/02.7

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС (при наличии), анализ опыта)
	<p>закономерности в изменениях маркетинговой среды предприятия; использовать методы системного анализа, линейного программирования, теории вероятностей, экономико-математические модели; применять специальное программное обеспечение; подготавливать и оформлять информационно-аналитическую отчетность по результатам проведения маркетингового исследования; делать заключения и презентацию полученной информации</p> <p>ИД ПК-7.1. Владеть навыками разработки концепции создания маркетинговой информационной системы; формирования целей и планов маркетинговых исследований и маркетинговой деятельности предприятия; организации и проведения маркетинговых исследований; подготовки информационно-аналитических материалов</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»
(ПРОФИЛЬ «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* (профиль «*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 (профиль «**Стратегический маркетинг и бренд-**
менеджмент»)

В учебном плане отображена 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 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* (профиль «*Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент*») представлен в **Приложении 1**.

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

4.3. Рабочие программы учебных дисциплин по направлению подготовки *38.04.02 Менеджмент* (профиль «*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* (профиль «*Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент*») приведены в **Приложении 4**.

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

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки *38.04.02 Менеджмент* (профиль «*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:

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 ФГОС ВО «ДОНАУИГС», предприятия ДНР и РФ, некоммерческие организации.

Рабочие программы 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 ФГБОУ ВО «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 (профиль «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 локальным нормативным актом ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» 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 локальным нормативным актом ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» 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 приложение к ОПОП ВО (**Приложение 8**).

РАЗДЕЛ V.

ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОПОП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 «МЕНЕДЖМЕНТ» (ПРОФИЛЬ «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* (профиль «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 ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и(или) профессиональных стандартах.

Не менее 60% численности научно-педагогических работников ФГБОУ ВО «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), имеют ученую степень и (или) ученое звание.

Не менее 5% численности научно-педагогических работников ФГБОУ ВО «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 ФГБОУ ВО «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 канд. экон. наук, доцент Лизогуб Р.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* (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)

С целью обеспечения высокой эффективности учебного процесса в ФГБОУ ВО «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 ФГБОУ ВО «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 ФГБОУ ВО «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 ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» 38.04.02 Менеджмент (профиль «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 (профиль «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 **ФГБОУ ВО «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 (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)

Финансовое обеспечение реализации программы магистратуры должно осуществляться в объеме не ниже установленных Министерством науки и высшего образования Российской Федерации 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 Министерством науки и высшего образования Российской Федерации.

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
ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС», ОБЕСПЕЧИВАЮЩАЯ РАЗВИТИЕ
УНИВЕРСАЛЬНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ
КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКА

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

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

- обеспечение мобильности студентов, аспирантов, преподавателей ФГБОУ ВО «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 ФГБОУ ВО «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 ФГБОУ ВО «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 ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» действует Совет студенческого самоуправления. В его состав входят представители факультетов и председатель студенческого научного общества ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС». Возглавляет Совет студенческого самоуправления председатель. Совет определяет стратегические пути развития студенческого самоуправления в ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС», принимает решения по наиболее важным вопросам студенческой жизни, координирует ее. Руководители студенческого самоуправления всех уровней избираются на альтернативной основе путем тайного голосования студентов ФГБОУ ВО «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 ОБУЧАЮЩИМСЯ ООП ВПО

7.1. Фонды оценочных средств проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «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 ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС». 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 ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС».

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 (профиль «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 ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС».

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 (профиль «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 (профиль «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 (профиль «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 ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС».

Изменения в учебный план вносятся решением Ученого совета ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС».

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и ГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»).

Разработчики ОП ОП

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, руководитель ОП ОП



Л.П. Барышникова

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



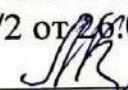
Т.А. Попова

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



В.Ю. Лунина

Рассмотрено на заседании кафедры маркетинга и логистики
(протокол № 7 от 18.02.2022 г.)

Рассмотрено
на заседании Учебно-методического совета ГОУ ВПО «ДОНАУИГС»
(протокол № 7/2 от 26.04.2022 г.)
Председатель  Л.Н. Костина

ОДОБРЕНО
на заседании Ученого совета ГОУ ВПО «ДОНАУИГС»
(протокол № 10/2 от 28.04.2022 г.)