

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

Утверждено
решением Ученого совета
ГОУ ВПО «ДонАУиГС»
Протокол № 4/20 от «24» ноября 2016 г.

Ректор _____ Л.Б. Костровец

«24» _____ 2016 г.

**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

по направлению подготовки
38.04.02 «Менеджмент»

магистерская программа
«Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»

квалификация
магистр

форма обучения очная/заочная

Донецк
2016

Утверждение изменений в ООП для реализации в 2017 - 2018 учебном году

ООП пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2017 - 2018 учебном году на заседании Ученого совета университета 23.04.2017, протокол № 8

Ученый секретарь _____

23.04.2017 г.



Утверждение изменений в ООП для реализации в 2018 - 2019 учебном году

ООП пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2018 - 2019 учебном году на заседании Ученого совета университета 26.04.2018, протокол № 9

Ученый секретарь _____

26.04.2018 г.



Утверждение изменений в ООП для реализации в 20__ - 20__ учебном году

ООП пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 20__ - 20__ учебном году на заседании Ученого совета университета ____. ____. 20__, протокол № ____

Ученый секретарь _____

____. ____ . 20__ г.

СОДЕРЖАНИЕ

I. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ	4
1.1. НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ (ПРОФИЛЬ/МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА)	4
1.2. ЦЕЛИ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ (ПРОФИЛЬ/МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА)	5
1.3. ЗАДАЧИ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ (ПРОФИЛЬ/МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА)	6
1.4. СРОК ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ (ПРОФИЛЬ/МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА)	6
1.5. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ (ПРОФИЛЬ/МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА)	6
1.6. ТРЕБОВАНИЯ К АБИТУРИЕНТУ	6
II. ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ	7
III. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ГОУ ВПО ДонАУиГС ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ (ПРОФИЛЬ/МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА)	8
3.1. ОБЛАСТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА	8
3.2. СФЕРЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	8
3.3. ОБЪЕКТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	9
3.4. ВИДЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА	9
3.5. ЗАДАЧИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА	9
IV. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА ГОУ ВПО ДонАУиГС КАК СОВОКУПНЫЙ ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОБРАЗОВАНИЯ ПО ЗАВЕРШЕНИИ ОСВОЕНИЯ ДАННОЙ ООП ВПО	10
4.1. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ	10
4.2. СТРУКТУРА КОМПЕТЕНТНОСТНОЙ МОДЕЛИ ВЫПУСКНИКА	23
V. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ООП ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ (МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА)	24
5.1. ГРАФИК УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА, УЧЕБНЫЙ ПЛАН	25
5.2. СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	27
5.3. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ВСЕХ ВИДОВ ПРАКТИК	27
5.4. ПРОГРАММА НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ	29
5.5. ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ	30
VI. ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ООП	31
6.1. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА	31
6.2. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ООП	32
6.3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА	33
6.4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА	34
VII. ХАРАКТЕРИСТИКА СРЕДЫ ГОУ ВПО ДонАУиГС, ОБЕСПЕЧИВАЮЩАЯ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ	34

VII. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ООП	36
8.1 ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	37
8.2 ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ СТУДЕНТОВ-ВЫПУСКНИКОВ	38
IX. ОРГАНИЗАЦИЯ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ ООП ВПО В ЦЕЛОМ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЕЕ ДОКУМЕНТОВ	39

Основная образовательная программа (ООП) – это комплексный проект образовательного процесса в ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики» (далее ДонАУиГС) по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»), уровню подготовки «магистр», представляющий собой систему взаимосвязанных документов:

- разработанный и утвержденный образовательным учреждением высшего профессионального обучения самостоятельно на основе ГОС с учетом потребностей регионального рынка труда, традиций и достижений научно-педагогической школы ГОУ ВПО ДонАУиГС;

- устанавливающий цели, ожидаемые результаты, структуру и содержание образования, условия и технологии реализации образовательного процесса, системы деятельности преподавателей, студентов, организаторов образования, средства и технологии оценки и аттестации качества подготовки студентов на всех этапах их обучения в вузе;

- включающий в себя: учебный план, рабочие программы учебных дисциплин и практик, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии;

- позволяющий реализовать образовательный процесс в ГОУ ВПО ДонАУиГС в соответствии с требованиями утвержденного ГОС.

1. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Нормативные документы для разработки ООП 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;

- Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования (далее – ГОС ВПО) по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»), утверждено Приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики « 16» сентября 2016 г. № 953;

- Положение об организации учебного процесса в образовательных организациях ВПО ДНР от 30.10.2016 г. №750;

- Типовое положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы ВПО 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» (новая редакция) (зарегистрирован 28.10.2016 г.).

1.2. Цели ООП по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)

Основная цель образовательной программы заключается в подготовке специалистов нового поколения, способных к коллективной работе в рамках инновационной деятельности, в рамках полученного направления подготовки.

Образовательная программа спроектирована и реализуется в соответствии с современными образовательными технологиями.

Цели ООП развитие у студентов личностных качеств, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций в рамках миссии ДонАУиГС. При разработке и реализации образовательных программ ГОУ ВПО ДонАУиГС следует требованиям республиканского законодательства и берет на себя дополнительные обязательства выявлять требования (потребности) основных потребителей ООП (студентов всех форм обучения), представителей бизнеса (потенциальные работодатели), общества и профессионального сообщества.

Таблица 1

Основными целями подготовки по программе являются

Код цели	Формулировка цели	Требования ГОС и/или заинтересованных работодателей
Ц1	Получение теоретических знаний и практических навыков решения маркетинговых задач возникающих в условиях глобализации мировой экономики и требующих принятия не стандартных управленческих решений обусловленных постоянно возникающими кризисными явлениями	Требования ГОС и заинтересованных работодателей
Ц2	Предоставить студентам возможность изучить динамическое воздействие деловой среды и поведения человека на маркетинговые начинания.	Требования ГОС и заинтересованных работодателей
Ц3	Понимать процессы маркетинговых исследований для определения возможностей и проблем в маркетинге продуктов и услуг.	Требования ГОС и заинтересованных работодателей
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.	Требования ГОС и заинтересованных работодателей
Ц5	Методическое обеспечение реализации ГОС ВПО по данному направлению подготовки и на этой основе развитие у студентов личностных качеств, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ГОС ВПО по данному направлению подготовки	Требования ГОС и заинтересованных работодателей

1.3. Задачи ООП по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)

Задачами образовательной программы являются:

- организационно-управленческая деятельность;
- аналитическая деятельность;
- научно-исследовательская деятельность;
- педагогическая деятельность.

1.4. Срок освоения ООП по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)

Срок освоения ООП 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, заочная форма обучения — 2,5 года.

1.5. Трудоемкость ООП по направлению подготовки (профиль/ магистерская программа)

Трудоемкость освоения ООП составляет 120 зачетных единиц за весь период обучения в соответствии с требованиями ГОС ВПО по данному направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ООП.

Нормативный срок, общая трудоемкость освоения ООП (в зачетных единицах) для всех форм обучения и соответствующая квалификация (степень) приведены в таблице 2.

Таблица 2

Сроки, трудоемкость освоения ООП и квалификация выпускников

Наименование ООП	Квалификация		Нормативный срок освоения ООП, включая последипломный отпуск		Трудоемкость (в зачетных единицах*)	
	Код в соответствии с принятой квалификацией ООП	Наименование	очная	ЗО	очная	ЗО
«Менеджмент»	38.04.02	магистр	2	2,5	120**	120**

*Одна зачетная единица по дисциплинам соответствует 36 академическим часам

**Трудоемкость ООП по очной форме обучения за учебный год равна 60 зачетным единицам

1.6. Требования к абитуриенту

Документ государственного образца о ранее полученном образовательном уровне, на основе которого осуществляется поступление, и приложения к нему

II. ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ

В настоящем стандарте используются следующие сокращения и определения:

ВПО – высшее профессиональное образование;

ГОС ВПО - Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования,

«ДонАУиГС» - «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики»,

ООП - Основная образовательная программа,

КМВ - Компетентностная модель выпускника,

ОК – общекультурные компетенции;

ОПК – общепрофессиональные компетенции;

ПК – профессиональные компетенции;

З.е. – зачетная единица

МД – магистерская диссертация

ГИА - Государственная итоговая аттестация

Направление подготовки – совокупность образовательных программ для профессиональной подготовки бакалавров, магистров и специалистов различных профилей, интегрируемых на основе общей фундаментальной подготовки.

Профиль – совокупность основных типичных черт профессии, (направления подготовки), определяющих конкретную направленность образовательной программы и ее содержание.

Вид профессиональной деятельности – методы, способы, приемы, характер воздействия на объект профессиональной деятельности с целью его изменения и преобразования.

Объект профессиональной деятельности – системы, предметы, явления, процессы, на которые направлено воздействие.

Область профессиональной деятельности – совокупность объектов профессиональной деятельности в их научном, социальном, экономическом и производственном проявлении.

Цели основной образовательной программы – компетенции, приобретаемые выпускниками данного профиля, уровня и направления (специальности) через некоторое время (3-5 лет) после окончания программы (могут достигаться не всеми выпускниками).

Результаты обучения – профессиональные и общекультурные компетенции, приобретаемые к моменту окончания программы данного профиля, уровня и направления (специальности) (достигаются всеми выпускниками).

Компетенция – способность применять знания, умения и личностные качества для успешной деятельности в определенной области.

Знания – результат усвоения информации через обучение, который определяется набором фактов, принципов, теорий и практик,

соответствующих области рабочей или учебной деятельности. Знания могут быть теоретическими и (или) фактическими.

Умения – подтвержденные способности применять знания для решения задач или проблем. Умения могут быть когнитивными (применение логического, интуитивного, творческого мышления) и практическими (навыки использования методик, материалов, механизмов, инструментов).

Образовательная технология – это система совместной деятельности субъектов образовательного процесса по его планированию, организации, ориентированию и корректированию с целью достижения конкретного результата при обеспечении комфортных условий участникам и учете ограничений.

Активные методы обучения – это способы инициирования активности и инициативности обучаемых.

Интерактивные методы обучения – подразумевается обучение, построенное на групповом взаимодействии, сотрудничестве, кооперации студентов, образовательный процесс для которых проходит в групповой совместной деятельности.

Форма обучения – специальная конструкция процесса обучения, характер которой обусловлен его содержанием, методами, приемами, средствами, видами деятельности обучающихся.

Зачет, экзамен – формы промежуточной аттестации студента, определяемые учебным планом подготовки по направлению (специальности) ВПО.

III. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ДонАУиГС ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ (МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)

3.1. Область профессиональной деятельности выпускника

- управленческую деятельность в организациях любой организационно-правовой формы и отраслевой принадлежности;
- управленческую деятельность в органах государственного и муниципального управления;
- предпринимательскую деятельность при создании и развитии собственного дела;
- научно-исследовательскую деятельность в научных организациях, связанных с решением управленческих проблем;
- научно-исследовательскую и преподавательскую деятельность в области менеджмента в образовательных организациях высшего профессионального и среднего профессионального образования.

3.2. Сферы профессиональной деятельности

Возможные сферы профессиональной деятельности: современный специалист в области управления маркетингом на предприятии, способный самостоятельно выстраивать товарную и ценовую стратегию и тактику на предприятиях промышленного и потребительского сектора экономики.

Магистрант хорошо понимает и владеет способами и методами сбора рыночной информации, проведения количественных и качественных исследований, маркетингового анализа потребительского поведения и построения эффективной брендинговой стратегии, организации и планирования маркетинговых коммуникаций с целью позиционирования компании для различных сегментов рынка, сфер деятельности и отраслей экономики.

Выпускники по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») востребованы на предприятиях и в организациях: 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-Трејдинг», ООО «Артхаус», ПАО «Донецкий экспериментальный ремонтно-механический завод», ООО «Макивест» и т.д., с которыми установлены прочные связи в части социального партнерства и сотрудничества.

3.3. 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;
- процессы управления в логистических системах разного уровня; научно-исследовательские процессы.

3.4. Виды профессиональной деятельности выпускника

- организационно-управленческая;
- аналитическая;
- научно-исследовательская;
- педагогическая.

3.5. Задачи профессиональной деятельности выпускника

организационно-управленческая деятельность:

осуществление стратегического управления организацией и ее отдельных подразделений, в том числе, разработка различных видов стратегий, соответствующих профилю ООП;

постановка целей организации, формирование условий их достижения, организация работы для получения максимально возможных результатов как для организации, так и для успешной реализации стратегии социально-экономического развития территории;

руководство подразделениями предприятий и организаций разных форм собственности, органов государственной и муниципальной власти;

проведение кадровой политики предприятия, организация творческих коллективов (команд) для решения организационно-управленческих задач и руководство ими;

аналитическая деятельность:

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;

научно-исследовательская деятельность:

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 формулирование актуальных научных проблем;

подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций;

педагогическая деятельность:

преподавание управленческих дисциплин и разработка соответствующих учебно-методических материалов в общеобразовательных и профессиональных организациях, в организациях дополнительного профессионального образования.

IV. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА ГОУ ВПО ДОНАУИГС КАК СОВОКУПНЫЙ ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОБРАЗОВАНИЯ ПО ЗАВЕРШЕНИЮ ОСВОЕНИЯ ДАННОЙ ООП ВПО

Компетенции выпускника, формируемые в процессе освоения данной ООП ВПО, определяются на основе ГОС ВПО по соответствующему направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент», а также соотносятся с целями и задачами данной ООП ВПО.

4.1. Формируемые компетенции

Полный состав обязательных общекультурных и общепрофессиональных компетенций выпускника (с краткой характеристикой каждой из них) как совокупный ожидаемый результат образования по завершении освоения ООП ВПО представлен в таблице 3.

Таблица 3

Компетенции выпускника ГОУ ВПО ДонАУиГС как совокупный ожидаемый результат образования по завершении освоения данной ООП ВПО

Краткое содержание компетенции	Коды компетенций
ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА (ОК)	ОК-n
Способность усваивать и реализовывать научные и культурные достижения мировой цивилизации.	ОК-1
Способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу.	ОК-2
Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.	ОК-3
Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала.	ОК-4
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА (ПК)	ПК-n
Способность оценивать влияние внешней среды на функционирование предприятий, организаций.	ПК-1
Способность оценивать степень влияния внутренней среды на функционирование предприятия, организации.	ПК-2
Способность осуществлять на основе диагностики внутренних подсистем и изучения факторов внешней среды сценарное бизнес- планирование.	ПК-3
Способность непосредственно участвовать в организации различных форм обучения на предприятии, организации.	ПК-4
Способность разрабатывать научно- методический комплекс дисциплин управленческого цикла для всех форм обучения.	ПК-5
Способность в осуществлении учебного процесса.	ПК-6
Способность контролировать учебный процесс и результаты образовательной деятельности.	ПК-7
Способность к формированию методологии и принципов объективности научного поиска.	ПК-8
Способность к формированию гипотезы, цели, задач и ожидаемых результатов, исследование в рамках общего научного процесса.	ПК-9
Способность разрабатывать алгоритм проведения научного исследования, составлять календарный план научного исследования.	ПК-10
Способность формировать целевые группы, ориентированные на выполнение НИОКР, осуществлять управление и эффективное использование их потенциала.	ПК-11

Ниже представлена матрица компетенций по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»).

	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Общекультурные компетенции							
		(ОК-1)	(ОК-2)	(ОК-3)	(ОК-4)	(ОК-5)	(ОК-6)	(ОК-7)	(ОК-8)
Б1.Б	Базовая часть								
Б1.Б.1	Гуманитарный, социальный и экономический цикл								
Б1.Б.1.1	История и философия науки	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4				
Б1.Б.1.3	Методология и методика научных исследований	ОК-1	ОК-2		ОК-4				
Б1.Б.2	Профессиональный цикл								
Б1.Б.2.2	Управление изменениями			ОК-3					
Б1.Б.2.4	Инновационный менеджмент				ОК-4				
Б1.Б.2.5	Современный стратегический анализ			ОК-3	ОК-4				
Б1.Б.2.6	Охрана труда в отрасли					ОК-5	ОК-6		ОК-8
Б1.В	Вариативная часть								
Б1.В.ОД	Обязательные дисциплины								
Б1.В.ОД.1	Гуманитарный, социальный и экономический цикл								
Б1.В.ОД.1.1	Иностранный язык профессиональной направленности	ОК-1							
Б1.В.ОД.2	Профессиональный цикл								
Б1.В.ОД.2.2	Маркетинговое планирование в конкурентной среде		ОК-2						

	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Общекультурные компетенции							
		(ОК-1)	(ОК-2)	(ОК-3)	(ОК-4)	(ОК-5)	(ОК-6)	(ОК-7)	(ОК-8)
Б1.В.ОД.2.3	Методы изучения рынков и маркетинговый анализ				ОК-4				
Б1.В.ОД.2.4	Организация и проведение кампании по рекламе и связям с общественностью				ОК-4				
Б1.В.ДВ	Дисциплины по выбору								
Б1.В.ДВ.1									
1	Product Placement			ОК-3					
Б1.В.ДВ.2									
1	Управление корпоративной социальной ответственностью	ОК-1							
Б1.В.ДВ.3									
1	Методы исследования в менеджменте			ОК-3					
Б1.В.ДВ.6									
1	Интернет-маркетинг			ОК-3					
Б2	Вариативная часть								
Б2.У	Учебная практика								
Б2.У.1	Учебная практика	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4				
Б2.Н	Научно-исследовательская работа								
Б2.Н.1	Научно-исследовательская работа	ОК-1	ОК-2		ОК-4				
Б2.П	Производственная практика								
Б2.П.1	Педагогическая практика			ОК-3					
Б2.П.2	Преддипломная практика			ОК-3					
Б2.П.3	Научно-исследовательская практика			ОК-3	ОК-4				
Б3	Государственная итоговая аттестация			ОК-3					

	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Общепрофессиональные компетенции								
		(ОПК-1)	(ОПК-2)	(ОПК-3)	(ОПК-4)	(ОПК-5)	(ОПК-6)	(ОПК-7)	(ОПК-8)	(ОПК-9)
		(ОПК-10)	(ОПК-11)	(ОПК-12)	(ОПК-13)	(ОПК-14)	(ОПК-15)	(ОПК-16)	(ОПК-17)	(ОПК-18)
Б1.Б	Базовая часть									
Б1.Б.1	Гуманитарный, социальный и экономический									
Б1.Б.1.1	История и философия науки		ОПК-2		ОПК-4	ОПК-14	ОПК-15	ОПК-7 ОПК-16		
Б1.Б.2	Профессиональный цикл									
Б1.Б.2.1	Менеджмент организаций	ОПК-1	ОПК-2		ОПК-4	ОПК-5 ОПК-14	ОПК-6	ОПК-7 ОПК-16	ОПК-10 ОПК-17	ОПК-18
Б1.Б.2.2	Управление изменениями	ОПК-1		ОПК-3		ОПК-5	ОПК-15	ОПК-7	ОПК-8	
Б1.Б.2.3	Управление качеством			ОПК-12	ОПК-13					
Б1.Б.2.4	Инновационный менеджмент						ОПК-15	ОПК-7	ОПК-8	ОПК-18
Б1.Б.2.5	Современный стратегический анализ								ОПК-11	
Б1.Б.2.6	Охрана труда в отрасли	ОПК-1	ОПК-2				ОПК-6			

	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Общепрофессиональные компетенции								
		(ОПК-1)	(ОПК-2)	(ОПК-3)	(ОПК-4)	(ОПК-5)	(ОПК-6)	(ОПК-7)	(ОПК-8)	(ОПК-9)
		(ОПК-10)	(ОПК-11)	(ОПК-12)	(ОПК-13)	(ОПК-14)	(ОПК-15)	(ОПК-16)	(ОПК-17)	(ОПК-18)
Б1.В	Вариативная часть									
Б1.В.ОД	Обязательные дисциплины									
Б1.В.ОД.1	Гуманитарный, социальный и экономический цикл									
Б1.В.ОД.1.1	Иностранный язык профессиональной								ОПК-17	
Б1.В.ОД.2	Профессиональный цикл									
Б1.В.ОД.2.2	Маркетинговое планирование в конкурентной	ОПК-1								
Б1.В.ОД.2.4	Организация и проведение кампании по рекламе и связям с общественностью	ОПК-1	ОПК-2		ОПК-4			ОПК-7		
Б1.В.ОД.2.8	Управленческая экономика	ОПК-1	ОПК-2 ОПК-11	ОПК-3 ОПК-12	ОПК-4 ОПК-13	ОПК-5 ОПК-14	ОПК-15	ОПК-7 ОПК-16	ОПК-8 ОПК-18	ОПК-9
Б1.В.ДВ	Дисциплины по выбору									
Б1.В.ДВ.2										
1	Управление корпоративной социальной ответственностью	ОПК-1		ОПК-3						
Б1.В.ДВ.3										
1	Методы исследования в менеджменте		ОПК-2							
2	Управление путем делегирования полномочий и аутсорсинг		ОПК-2	ОПК-3						
Б1.В.ДВ.4										
1	Информационные технологии в маркетинге и							ОПК-7		

	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	(ОПК-1)	(ОПК-2)	(ОПК-3)	(ОПК-4)	(ОПК-5)	(ОПК-6)	(ОПК-7)	(ОПК-8)	(ОПК-9)
		(ОПК-10)	(ОПК-11)	(ОПК-12)	(ОПК-13)	(ОПК-14)	(ОПК-15)	(ОПК-16)	(ОПК-17)	(ОПК-18)
2	Стратегия обновления продукции		ОПК-12	ОПК-13				ОПК-7	ОПК-8	
Б1.В.ДВ.6										
1	Интернет-маркетинг		ОПК-2							
2	Корпоративное управление		ОПК-2	ОПК-3						
Б1.В.ДВ.7										
1	Управление затратами	ОПК-1	ОПК-2			ОПК-5				ОПК-18
2	Результативное управление	ОПК-1				ОПК-14				
Б2	Вариативная часть									
Б2.У	Учебная практика									
Б2.У.1	Учебная практика		ОПК-2		ОПК-4	ОПК-14	ОПК-15	ОПК-7 ОПК-16		
Б2.Н	Научно-исследовательская работа									
Б2.Н.1	Научно-исследовательская работа (1,2,3)		ОПК-2		ОПК-4			ОПК-7		
Б2.П	Производственная практика									
Б2.П.1	Педагогическая практика		ОПК-2							
Б2.П.2	Преддипломная практика	ОПК-1 ОПК-10	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5 ОПК-14	ОПК-6	ОПК-7 ОПК-16	ОПК-8 ОПК-17	ОПК-18
Б2.П.3	Научно-исследовательская практика		ОПК-11	ОПК-12	ОПК-13					
Б3	Государственная итоговая аттестация	ОПК-1 ОПК-10	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5 ОПК-14	ОПК-6 ОПК-15	ОПК-7 ОПК-16	ОПК-8 ОПК-17	ОПК-18

	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	(ПК-1)	(ПК-2)	(ПК-3)	(ПК-4)	(ПК-5)	(ПК-6)	(ПК-7)	(ПК-8)
		(ПК-9)	(ПК-10)	(ПК-11)	(ПК-12)	(ПК-13)	(ПК-14)	(ПК-15)	(ПК-16)
Б1.Б	Базовая часть								
Б1.Б.1	Гуманитарный, социальный и экономический								
Б1.Б.1.1	История и философия науки	ПК-1	ПК-2 ПК-10	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6		ПК-8
Б1.Б.1.2	Педагогика высшей школы				ПК-4		ПК-6	ПК-7	
Б1.Б.1.3	Методология и методика научных исследований	ПК-9	ПК-10	ПК-11					ПК-8
Б1.Б.2	Профессиональный цикл								
Б1.Б.2.1	Менеджмент организаций	ПК-1	ПК-2	ПК-3					
Б1.Б.2.2	Управление изменениями	ПК-1		ПК-3					ПК-11
Б1.Б.2.4	Инновационный менеджмент								ПК-11
Б1.Б.2.5	Современный стратегический анализ		ПК-2					ПК-7	
Б1.Б.2.6	Охрана труда в отрасли						ПК-6	ПК-15	ПК-10
Б1.В	Вариативная часть								
Б1.В.ОД	Обязательные дисциплины								
Б1.В.ОД.2	Профессиональный цикл								
Б1.В.ОД.2.1	Формирование маркетинговой стратегии	ПК-1	ПК-2						ПК-9
Б1.В.ОД.2.2	Маркетинговое планирование в конкурентной среде	ПК-1	ПК-2	ПК-3					

	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Профессиональные компетенции							
		(ПК-1)	(ПК-2)	(ПК-3)	(ПК-4)	(ПК-5)	(ПК-6)	(ПК-7)	(ПК-8)
		(ПК-9)	(ПК-10)	(ПК-11)	(ПК-12)	(ПК-13)	(ПК-14)	(ПК-15)	(ПК-16)
Б1.В.ОД.2.3	Методы изучения рынков и маркетинговый анализ	ПК-1							
Б1.В.ОД.2.4	Организация и проведение кампании по рекламе и связям с общественностью	ПК-1							
Б1.В.ОД.2.5	Управление брендом	ПК-1							ПК-8
Б1.В.ОД.2.6	Международная реклама	ПК-9	ПК-10		ПК-4	ПК-5			ПК-8
Б1.В.ОД.2.7	Маркетинг и маркетинговый консалтинг			ПК-3		ПК-5			ПК-9
Б1.В.ОД.2.8	Управленческая экономика	ПК-1	ПК-2	ПК-3					
Б1.В.ДВ	Дисциплины по выбору								
Б1.В.ДВ.1									
1	Product Placement						ПК-6		ПК-8
2	Маркетинг новых продуктов			ПК-3		ПК-5			ПК-8
Б1.В.ДВ.2									
1	Маркетинговый тренинг	ПК-1	ПК-2	ПК-3					
2	Управление корпоративной социальной ответственностью	ПК-1	ПК-2						
Б1.В.ДВ.3									
1	Методы исследования в менеджменте		ПК-2						
1	Стратегическое планирование и бизнес-план							ПК-15	ПК-16
Б1.В.ДВ.6									

	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Профессиональные компетенции							
		(ПК-1)	(ПК-2)	(ПК-3)	(ПК-4)	(ПК-5)	(ПК-6)	(ПК-7)	(ПК-8)
		(ПК-9)	(ПК-10)	(ПК-11)	(ПК-12)	(ПК-13)	(ПК-14)	(ПК-15)	(ПК-16)
1	Интернет-маркетинг					ПК-5			
Б1.В.ДВ.7									
1	Управление затратами					ПК-5			
Б2	Вариативная часть								
Б2.У	Учебная практика	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8
Б2.Н	Научно-исследовательская работа								
Б2.Н.1	Научно-исследовательская работа (1,2,3)	ПК-9	ПК-10	ПК-11	ПК-4		ПК-6	ПК-7	ПК-8
Б2.П	Производственная практика								
Б2.П.1	Педагогическая практика		ПК-2		ПК-4		ПК-6	ПК-7	
Б2.П.2	Преддипломная практика	ПК-1	ПК-2	ПК-3		ПК-5			
Б2.П.3	Научно-исследовательская практика		ПК-2					ПК-7	
Б3	Государственная итоговая аттестация	ПК-1	ПК-2	ПК-3		ПК-5			ПК-8

Результаты освоения ООП ВПО определяются приобретенными выпускниками компетенциями (Таблица 5).

Таблица 5

Планируемые результаты обучения

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)	Требования ГОС, критериев и/или заинтересованных сторон
P1	<p>Знание, понимание и критическое осмысление основных теорий, принципов и методов анализа и оценивание процессов деятельности организации. Умение формировать информационную базу для анализа деятельности организации, определять способы ее обработки, систематизации и презентации. Умение применять научно-методический инструментарий анализа для оценки влияния факторов внешней среды. Умение использовать методы оценки и прогнозирования развития инновационного рынка. Умение оценивать состояние инновационного климата. Умение критически оценивать и прогнозировать политические, экономические, экологические и культурные явления и события. Проникать в сущность явлений и процессов реального мира, сознательно используя научные знания в профессиональной деятельности. Придерживаться общепринятых норм поведения и морали в межличностных отношениях</p>	ПК-1; ОК - 1
P2	<p>Умение осуществлять мониторинг основных угроз и опасностей внутренней среды, ранжирование их по степени влияния на экономические результаты</p>	ПК-2; ОК - 2

	предприятия. Обладать навыками и готовностью применять научные методы самостоятельно.	
Р 3	Умение обеспечить конкурентоспособность предприятия с помощью анализа макро- и микросреды организации, учитывая государственное регулирование и поведение конкурентов. Способность работать в условиях изменения процессов исследования.	ПК-3; ОК - 3
Р 4	Умение создавать благоприятные условия для обучения и развития персонала организации, умение находить и оценивать индивидуальные потребности работников в повышении квалификации. Умение разрабатывать проекты планов подготовки квалифицированных кадров. Умение выбирать и обосновывать оптимальные виды и формы обучения на предприятии. Умение составить смету расходов на обучение и развитие кадров, контролировать правильность использования средств. Способность формулировать новые исследовательские проекты.	ПК-4; ОК - 4
Р 5	Умение разработать научно-методический комплекс дисциплины, обеспечивая взаимосогласованность и взаимосвязь всех составляющих на основе госстандарта образования соответствующего уровня.	ПК-5; ОК - n
Р 6	Умение самостоятельно выполнять такие виды педагогической нагрузки как: проведение практических и семинарских занятий, руководство	ПК-6; ОК - n

	практикой и курсовыми работами, консультирование заданий по самостоятельной работе, проведение текущей аттестации.	
Р 7	Умение систематически контролировать проведение занятий и их качество, выполнение учебных планов и программ. Осуществлять текущий и итоговый контроль знаний. Умение анализировать качественные показатели результатов обучения и его эффективности.	ПК-7; ОК - n
Р 8	Умение формировать философию, логику и принципы объективности научного поиска. Умение определять логику и методологию научного поиска. Умение формулировать объект и предмет научных исследований.	ПК-8; ОК - n
Р 9	Умение формулировать гипотезу, цель, задачи исследование в рамках общего научного процесса. Умение обосновываться ожидаемые результаты исследования в рамках общего научного процесса. Умение формулировать актуальность научных исследований, новизну научных результатов и разногласий.	ПК-9; ОК - n
Р 10	Умение разрабатывать алгоритм проведения научного исследования. Умение составлять календарный план научного исследования. Умение формулировать достоверность и практическую значимость научных результатов. Умение анализировать финансовое и материально-техническое обеспечение процесса научных исследований.	ПК-10; ОК - n
Р 11	Умение анализировать кадровое и	ПК-11; ОК - n

	<p>психологическое обеспечение процесса научных исследований. Умение обосновать методы и формы внедрения исследований. Умение формировать целевые группы, ориентированные на выполнение НИОКР. Умение обеспечивать управление и эффективное использование потенциала целевых групп, ориентированных на выполнение НИОКР.</p>	
--	--	--

4.2. Структура компетентностной модели выпускника

Компетентностная модель выпускника (КМВ) – комплексный интегральный образ конечного результата осуществленного образовательного процесса.

Процедура построения КМВ включает в себя в качестве обязательных этапов:

1. Составление списка основных работодателей (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-Трејдинг», ООО «Артхаус», ПАО «Донецкий экспериментальный ремонтно-механический завод», ООО «Макинвест» и т.д.)

2. Формирование ДонАУиГС перечня компетенций по данному направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» на основании: образовательного стандарта; ГОС по направлению подготовки; опыта преподавательского состава; рекомендаций экспертов (работодателей); отзывов выпускников.

3. Разработку программы и инструментария изучения потребностей социума и профессионального сообщества.

4. Проведение опроса работодателей, привлечение их к определению состава компетенций.

5. Анализ результатов, выделение ядра компетенций и выбор направлений целевой подготовки.

7. Определение условий и средств эффективной реализации разработанной модели.

**V. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И
ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ
РЕАЛИЗАЦИИ ООП ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 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», Положением об основной образовательной программе высшего профессионального образования содержание и организация образовательного процесса при реализации ООП регламентируется годовым календарным учебным графиком, учебным планом; содержанием ООП (рабочие программы учебных дисциплин; рабочими программами всех видов практик; программой НИР; программой государственной итоговой аттестации; материалами, обеспечивающими качество подготовки обучающихся; методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий), а также:

1. Нормы времени для планирования и учета объема учебной, учебно-методической, организационно-методической, научно-методической, научно-исследовательской, воспитательной и профориентационной работы педагогических и научно-педагогических работников Донецкого государственного университета управления (утверждены Учебно-методическим советом ДонГУУ Протокол №1 от 13.10.2015г., введены в действие приказом и.о. ректора от 14.10.2015г. №763);

2. Временное Положение о выпускных квалификационных работах студентов образовательного уровня «бакалавр» в Донецком государственном университете управления (утверждено Ученым советом ДонГУУ Протокол №3 от 29 октября 2015г., введено в действие приказом и.о. ректора от 30.10.2015г. №794);

3. Временное Положение о подготовке и защите магистерских диссертаций в Донецком государственном университете управления (утверждено Учебно-методическим советом ДонГУУ Протокол №2 от 23 декабря 2015г., введено в действие приказом и.о. ректора от 25.12.2015г. №958);

4. Временное Положение о научно-исследовательской работе магистранта в Донецком государственном университете управления (утверждено Научным советом ДонГУУ Решение №4/2 от 16.12.2015г.; Учебно-методическим советом ДонГУУ Протокол №2 от 23. 12. 2015г., введено в действие приказом и.о. ректора от 30.12.2015г. №962);

5. Временное Положение о системе контроля качества учебного процесса в ГОУ ВПО «Донецкий государственный университет управления» (утверждено Учебно-методическим советом ГОУ ВПО ДонГУУ Протокол №3

от 09.02.2016г., введено в действие приказом и.о. ректора от 19.02. 2016г. №205);

6. Положение об основной образовательной программе высшего профессионального образования ГОУ ВПО «Донецкий государственный университет управления». Макет подготовки ООП (принято Ученым советом ГОУ ВПО ДонГУУ, Протокол №7/17 от 25 февраля 2016г., введено в действие приказом и.о. ректора от 26.02.2016г. №227);

7. Положение об организации учебного процесса в ГОУ ВПО «Донецкий государственный университет управления» (утверждено Ученым советом ГОУ ВПО ДонГУУ протокол №10/4 от 26.05.2016г., введено в действие приказом и.о. ректора от 06.06.2016г. №505);

8. Положение о порядке перевода студентов на индивидуальный график обучения в ГОУ ВПО «Донецкий государственный университет управления» (утверждено Ученым советом ГОУ ВПО ДонГУУ, Протокол №11 от 23.06.2016г., введено в действие приказом и.о. ректора от 27.06.2016г. № 574).

9. Порядок перевода, отчисления и восстановления студентов государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий государственный университет управления», (Утверждено Ученым советом ГОУ ВПО ДонГУУ, Протокол № 6 от 28.01.2016 г.).

5.1. График учебного процесса. Учебный план по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»

Учебный план подготовки магистра по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» отображает логическую последовательность освоения учебных циклов (гуманитарный, социальный и экономический цикл и профессиональный цикл, практики) и разделов ООП (дисциплин, практик), обеспечивающих формирование компетенций.

Обучение по программам магистратуры в образовательных организациях осуществляется в очной, заочной формах обучения. Объем программы магистратуры составляет 120 зачетных единиц (з.е.) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы несколькими организациями, осуществляющими образовательную деятельность.

В учебном плане указывается общая трудоемкость дисциплин, модулей, практик в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в часах. Формирование профессиональных компетенций магистра обеспечивается сбалансированным по объему, структуре и последовательности изучением дисциплин учебного плана. В учебном плане отображена логическая последовательность освоения циклов и разделов ООП (дисциплин и практик), указана общая трудоемкость дисциплин и практик в зачетных единицах, а также в часах.

Основная образовательная программа магистратуры по направлению «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» предусматривает изучение следующих учебных циклов: гуманитарный, социальный и экономический ; профессиональный цикл; и блок: практики; государственная итоговая аттестация.

Учебные циклы состоят из базовой и вариативной (профильную) часть. Вариативная (профильная) часть дает возможность расширения и (или) углубления знаний, умений, навыков и компетенций, определяемых содержанием базовых (обязательных) дисциплин, позволяет студенту получить углубленные знания, навыки и компетенции для успешной профессиональной деятельности и (или) обучения в аспирантуре. Вариативная часть содержит дисциплины по выбору вуза и по выбору студента. Последние составляют не менее 30 % вариативной части. Набор дисциплин, входящих в учебные циклы, сформирован в соответствии с требованиями ГОС ВПО. Рабочие программы учебных дисциплин предусматривают различные формы учебных занятий, направленные на развитие общекультурных и профессиональных компетенций, а также оценочные средства, позволяющие оценить сформированность компетенций обучающегося. Для каждой дисциплины указывается форма аттестации. Большое внимание уделяется самостоятельной работе как одному из важнейших элементов учебного процесса, способствующему развитию навыков творческого мышления, логики и аналитических способностей студентов. Гуманитарный, социальный и экономический цикл включает следующие дисциплины (вариативная часть): иностранный язык профессиональной направленности, охрана труда в отрасли.

В базовой части профессионального цикла предусмотрены следующие дисциплины: менеджмент организаций, управление изменениями, управление качеством, современный стратегический анализ, инновационный менеджмент.

В вариативных частях учебных циклов указаны перечень и последовательность дисциплин с учетом особенностей программы магистратуры.

Учебные занятия проводятся в форме контактной работы обучающихся с преподавателем и в форме самостоятельной работы обучающихся. Виды учебных занятий: лекции, семинары, практические занятия, выполнение курсовой работы, консультации и иные учебные занятия, предусматривающие индивидуальную работу преподавателя с обучающимся, самостоятельная работа обучающихся. Виды учебных занятий по каждой дисциплине определяются спецификой ее целей, задач и содержания, устанавливаются преподавателем и описываются в рабочих программах учебных дисциплин.

Реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (семинаров в диалоговом режиме, дискуссий, компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных

ситуаций, психологических и иных тренингов, обсуждения результатов работы студенческих исследовательских групп) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

В целях постоянной актуализации содержания ООП магистратуры по направлению «Менеджмент» магистерской программы «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» кафедрой маркетинга и логистики ежегодно осуществляется пересмотр содержания учебных планов в связи с изменением региональной ситуации, запросами работодателей, новыми научными достижениями, необходимостью адаптации к рынку труда по данному профилю .

5.2. Содержание ООП по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» (Приложение 3)

Содержание ООП по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» в полном объеме представлено в рабочих программах учебных дисциплин. В состав ООП магистратуры по направлению «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» входят аннотации (Приложение) и рабочие программы всех учебных дисциплин (модулей) как базовой, так и вариативной частей учебного плана, включая дисциплины по выбору студента.

В рабочей программе каждой дисциплины (модуля, практики) сформулированы конечные результаты обучения в органичной увязке с осваиваемыми знаниями, умениями и приобретаемыми компетенциями в целом по ООП.

5.3. Рабочие программы всех видов практик по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» (Приложение 4)

Практика является обязательным разделом ООП магистратуры по направлению «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент». Она представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Этим определяется выбор следующих видов практик в рамках настоящей ООП:

- учебная практика,
- научно-исследовательская работа;
- научно-исследовательская практика;
- педагогическая практика;
- преддипломная практика.

Цели и задачи, содержание, формы отчетности и оценочные средства определяются по каждому виду практики и описываются в программах практик (Приложение 4).

Программа практики включает в себя:

- указание вида практики, способа и формы (форм) ее проведения;
- перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;
- указание места практики в структуре образовательной программы;
- указание объема практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях либо в академических часах;
- содержание практики;
- указание форм отчетности по практике;
- оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике;
- перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики;
- перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости);
- описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики.

Основной базой научно-исследовательской практики является ДонАУиГС, кроме того, она может проходить в органах государственной власти разного уровня, коммерческих и некоммерческих организациях, осуществляющих аналитическую и исследовательскую деятельность.

Педагогическая практика направлена на подготовку магистранта к профессиональной педагогической деятельности. Она проводится в течение 2-го семестра.

Тематика практики может быть связана с темой магистерской диссертации.

Научно-исследовательская практика, являющаяся обязательным разделом ООП магистратуры, входит в учебный план, проходит в течение 4-го семестра и направлена на формирование общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ГОС ВПО и ООП. Научно-исследовательская практика магистранта состоит из ряда взаимосвязанных видов деятельности, которые в конечном итоге вносят вклад в диссертационную работу магистранта, определяя его способности формировать темы и программы исследования, делать обзоры состояния исследований по той или иной проблеме, выделять научную новизну исследования, писать и оценивать научный текст, представлять результаты научной деятельности в виде публикации или выступления на конференции.

Одной из основных активных форм обучения компетенциям, связанным с научно-исследовательской и педагогической видами деятельности, к

которым готовится магистр, является научный семинар, который проводится на регулярной основе.

Цель научно-исследовательского семинара – выработать у студентов компетенции и навыки исследовательской работы в процессе подготовки магистерской диссертации.

Основными задачами научно-исследовательского семинара являются:

- проведение профориентационной работы среди студентов, позволяющей им выбрать направление и тему исследования;
- обучение студентов навыкам академической работы, включая подготовку и проведение исследований, написание научных работ;
- обсуждение проектов и готовых исследовательских работ студентов;
- выработка у студентов навыков научной дискуссии и презентации исследовательских результатов.

К его работе привлекаются ведущие исследователи и специалисты кафедры – основного работодателя.

Организация научно-исследовательской работы обучающихся

В соответствии с ГОС ВПО магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерской программы «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» научно-исследовательская работа обучающихся является обязательным разделом основной образовательной программы магистратуры и направлена на формирование общекультурных (универсальных) и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ГОС ВПО и целями данной магистерской программы.

В соответствии с требованиями ГОС ВПО по направлению подготовки «Менеджмент» магистерской программы «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент», ООП предусматривает следующие виды и этапы выполнения и контроля научно-исследовательской работы обучающихся:

- ознакомление с тематикой исследовательских работ в данной области и выбор темы исследования;
- составление плана научно-исследовательской работы;
- подготовка докладов по избранной теме и их публичное представление;
- написание рефератов (курсовой проект) по избранной теме диссертационного исследования;
- проведение научно-исследовательской работы;
- составление отчета о научно-исследовательской работе;
- публичная защита выполненной работы.

5.4. Программа научно-исследовательской работы

Подготовка высококвалифицированных специалистов по направлению 38.04.02 «Менеджмент» магистерской программы «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» базируется на результатах научно-исследовательской деятельности, проводимой в наиболее перспективных областях теории и практики. Научно-исследовательская деятельность направлена на формирование в ГОУ ВПО «ДонАУиГС» необходимых

ресурсов для организации интеллектуально-экспертных центров и научных школ, потенциально способных обеспечить позиции ВУЗа в качестве значимого представителя отечественной научно-практической мысли в сфере менеджмента.

В качестве основных тематических направлений научных исследований в области маркетинга можно выделить такие области как: «Государственно-частное партнерство в условиях стратегического и операционного маркетинга», «Эволюционно-экономическая парадигма построения методологии стратегического маркетингового управления», «Современные формы и методы маркетинга в условиях рыночной конкуренции».

Основой планирования и корректировки индивидуальных планов научно-исследовательской работы обучающихся является обоснование темы, обсуждение плана и промежуточных результатов исследования в рамках научно-исследовательского семинара, а также широкого обсуждения НИР магистрантов на кафедрах вуза с привлечением работодателей и ведущих исследователей, позволяющее оценить уровень приобретенных знаний, умений и сформированных компетенций обучающихся. В качестве конкретных результатов научно-исследовательской работы магистрантов выступают публикации в научных изданиях, обновление учебно-методического материала, издание учебников, монографий и книг, распространение передовых концепций и решений посредством современных информационных технологий, создание интеллектуальных решений, продвигаемых в рамках консультационной работы с государственными организациями и бизнес-структурами. Программа НИР представлена в приложении

5.5. Программа государственной итоговой аттестации

(Приложение 5)

Итоговая государственная аттестация магистра по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» включает: государственный экзамен; защиту магистерской диссертации.

В программу государственного квалификационного междисциплинарного экзамена включены основные положения учебных дисциплин, формирующих блок магистерской программы «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент». Программа государственной итоговой аттестации разрабатывается кафедрой самостоятельно. Для объективной оценки компетенций выпускника тематика экзаменационных вопросов и заданий является комплексной и соответствует избранным разделам из различных учебных циклов, формирующих конкретные компетенции. Примерная программа государственного экзамена представлена в приложении

Работа выполняется в виде магистерской диссертации в период прохождения практики и выполнения научно-исследовательской работы и представляет собой самостоятельную и логически завершенную выпускную

квалификационную работу, связанную с решением задач того вида (видов) деятельности, к которым готовится магистрант (организационно-управленческой, аналитической, научно-исследовательской, педагогической). Требования к содержанию, объему и структуре магистерской диссертации определяется положением утвержденным ГОУ ВПО ДонАУиГС.

При выполнении магистерской диссертации обучающиеся должны показать свою способность и умение, опираясь на полученные знания, умения и сформированные общекультурные и профессиональные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

Обучающийся должен показать владение теоретическими знаниями в области логистики, умение их использовать для решений практических проблем, владение необходимым спектром организационного инструментария стратегического управления, готовность к практической работе, умение использовать научные методы исследования при решении конкретных деловых проблем, умение обосновывать, формулировать практические рекомендации, грамотно обобщать результаты анализа, логически правильно делать выводы.

Требования к магистерской диссертации изложены в Методических рекомендациях по разработке и защите магистерских диссертаций. Защита магистерской диссертации происходит на заседании Государственной аттестационной комиссии. Регламент защиты устанавливается ГАК и объявляется председателем комиссии. Защита магистерской диссертации носит открытый характер, состоит из выступления (10 мин), ответов на вопросы присутствующих на защите, выступления научного руководителя и рецензентов (или зачитывания отзывов научного руководителя и рецензентов), ответов студента на вопросы и замечания научного руководителя и рецензентов. Защищаемому может быть предоставлено заключительное слово, после которого можно считать, что основная часть процедуры защиты магистерской диссертации закончена.

VI. ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ООП

6.1. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация ООП по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающихся научной и научно-методической деятельностью.

Согласно ГОС ВПО, доля преподавателей, имеющих ученую степень и/или ученое звание в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс, составляет не менее 70%.

К преподаванию дисциплин профессионального цикла привлекаются лица, имеющие научные публикации, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины.

К образовательному процессу привлекаются преподаватели из числа действующих руководителей и ведущих работников профильных организаций, предприятий, учреждений.

К преподаванию дисциплин профессионального цикла привлекаются лица, имеющие научные публикации, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины.

К образовательному процессу привлекаются преподаватели из числа действующих руководителей и ведущих работников профильных организаций, предприятий, учреждений.

6.2. Образовательные технологии, используемые при реализации ООП (Приложение 6)

Реализуемая ООП по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» предусматривает использование в учебном процессе образовательных технологий/форм обучения.

Образовательная технология – система, включающая в себя конкретное представление планируемых результатов обучения, форму обучения, порядок взаимодействия студента и преподавателя, методики и средства обучения, систему диагностики текущего состояния учебного процесса и степени обученности студента.

Реализация компетентностного подхода должна предусматривать использование в учебном процессе помимо традиционных форм проведения занятий также активные и интерактивные формы. Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах должен составлять не менее 40 % аудиторных занятий. Занятия лекционного типа не могут составлять более 60% аудиторных занятий для очной и 75% для заочной форм обучения.

При разработке образовательной программы для каждого модуля (учебной дисциплины) необходимо предусмотреть соответствующие технологии обучения, которые позволят обеспечить достижение планируемых результатов обучения.

Интерактивное обучение – метод, в котором реализуется постоянный мониторинг освоения образовательной программы, целенаправленный текущий контроль и взаимодействие (интерактивность) преподавателя и студентов в течение всего процесса обучения. Рекомендуемые методы активизации образовательной деятельности:

- методы ИТ – применение компьютеров для доступа к Интернет-ресурсам, использование обучающих программ с целью расширения информационного поля, повышения скорости обработки и передачи информации, обеспечения удобства преобразования и структурирования информации для трансформации ее в знание;

- работа в команде – совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи синергичным сложением результатов индивидуальной работы членов команды с делением ответственности и полномочий;

- case-study – анализ реальных проблемных ситуаций, имевших место в соответствующей области профессиональной деятельности, и поиск вариантов лучших решений;

- игра – ролевая имитация студентами реальной профессиональной деятельности с выполнением функций специалистов на различных рабочих местах;

- проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельной «добыче» знаний, необходимых для решения конкретной проблемы;

- контекстное обучение – мотивация студентов к усвоению знаний путем выявления связей между конкретным знанием и его применением;

- обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студентов за счет ассоциации их собственного опыта с предметом изучения;

- индивидуальное обучение – выстраивание студентами собственных образовательных траекторий на основе формирования индивидуальных учебных планов и программ с учетом интересов и предпочтений студентов;

- междисциплинарное обучение – использование знаний из разных областей, их группировка и концентрация в контексте конкретной решаемой задачи;

- опережающая самостоятельная работа – изучение студентами нового материала до его изложения преподавателем на лекции и других аудиторных занятиях.

Преподаватели самостоятельно выбирают наиболее подходящие методы и формы проведения занятий из числа рекомендованных и согласуют выбор с кафедрой.

6.3. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного процесса

Основная образовательная программа по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» обеспечивается учебно-методической документацией и материалами по всем учебным дисциплинам основной образовательной программы. Программы учебных дисциплин и практик представлены в сети «Интернет» и в локальной сети ДонАУиГС. Реализация образовательной программы обеспечена соответствующими учебно-методическими материалами: учебники, учебные пособия, методические разработки к практическим и самостоятельным занятиям.

Обучающиеся обеспечены индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы по основным изучаемым дисциплинам. Электронно-библиотечная система обеспечивает возможность

индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет». Библиотечный фонд укомплектован печатными и/или электронными изданиями основной учебной и научной литературы по дисциплинам общенаучного и профессионального циклов, в том числе изданными за последние пять лет, из расчета не менее 25 экземпляров таких изданий на каждые 100 обучающихся. Фонд дополнительной литературы, помимо учебной, включает официальные, справочно-библиографические и специализированные периодические издания в расчете 1 - 2 экземпляра на каждые 100 обучающихся.

Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам, а также к полнотекстовым электронным базам научных публикаций.

ООП обеспечивается учебно-методической документацией по всем учебным дисциплинам (модулям). Содержание каждой из учебных дисциплин представлено в сети «Интернет» и в локальной сети ДонАУиГС,

Внеаудиторная работа обучающихся сопровождается методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на ее выполнение.

Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронной библиотечной системе, содержащей издания по основным дисциплинам.

6.4. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации ООП по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» в академии создана материально-техническая база, обеспечивающая проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы обучающегося, предусмотренных учебным планом направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент», соответствующая действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Реализация ООП обеспечивается наличием: лекционных аудиторий (оборудованные видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном, и имеющие выход в сеть Интернет), помещения для проведения семинарских и практических занятий (оборудованные учебной мебелью), кабинетов для занятий по иностранному языку (оснащенный лингафонным оборудованием), библиотеки (имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных сети Интернет), компьютерных классов.

VII. ХАРАКТЕРИСТИКА СРЕДЫ ГОУ ВПО «ДонАУиГС», ОБЕСПЕЧИВАЮЩАЯ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ

В ГОУ ВПО «ДонАУиГС» ведется активная внеучебная работа. Интересы молодежи университета защищают и представляют студенческий совет, профсоюзная организация студентов и студенческое научное общество.

Органы студенческого самоуправления ГОУ ВПО «ДонАУиГС» неоднократно награждались дипломами облгосадминистрации, руководящих органов Донецкой Народной Республики, Донецкого городского совета и Донецкого рескома профсоюзов работников образования и науки Донецкой Народной Республики «За инициативное дело», а также стали победителями конкурса «Лучшие студенты Республики», первого республиканского конкурса студенческих научных работ Республиканской программы «Молодежная инициатива возрождения Донбасса», органы студенческого самоуправления представлены в студенческой коллегии при Министерстве образования и науки Донецкой Народной Республики.

По инициативе ГОУ ВПО «ДонАУиГС» организованы мероприятия студенческого самоуправления «Форум лидеров студенческих профсоюзных организаций и студенческого самоуправления», «Студенческая кухня», «Ночь в университете» и т.д.

Процесс воспитания пронизывает всю систему внеаудиторной работы: деятельность органов студенческого самоуправления, привлечение студентов к участию в акциях гуманитарного и просветительского характера.

Также одной из форм развития социальной культуры студентов в ГОУ ВПО «ДонАУиГС» является музей. На заседании экспертной комиссии музеем истории Донецкого государственного университета управления было вручено Свидетельство № 115 о ведомственной регистрации музея при образовательной организации, которая находится в сфере управления МОН ДНР по профилю – «История образовательной организации» и утверждено приказом МОН ДНР №214 от 17 марта 2016 г. по присвоению статуса музея, о чем сделана запись в регистрационном журнале учета.

Основным заданием воспитательного процесса в ГОУ ВПО «ДонАУиГС» было и остается формирование образованной, гармоничной, нацеленной на новые достижения в карьере и личной жизни, творческой, социально активной и толерантной личности со сложившейся гражданской позицией.

Для воплощения этого стратегического направления в ГОУ ВПО «ДонАУиГС» создана система планирования, координирования и реализации воспитательной работы, которая базируется на концептуальных положениях законодательно-нормативной базы: Конституции Донецкой Народной Республики, Законе Донецкой Народной Республики «Об образовании», государственных образовательных стандартах высшего профессионального образования, нормативных документах Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики, Концепции патриотического воспитания молодежи в Донецкой Народной Республике, Концепции учебно-воспитательной работы среди студентов ГОУ ВПО «ДонАУиГС», Декларации «Об общих принципах общественной жизни коллектива», Кодексе Студента и Кодексе Преподавателя, ежегодных Планах воспитательной работы, утвержденных ректором, Планах воспитательной работы факультетов, колледжей, кафедр и других структурных подразделений университета.

Одно из приоритетных направлений работы в академии – развитие физической культуры и спорта. ГОУ ВПО «ДонАУиГС» накопил значительные достижения в физическом воспитании молодежи и постоянно поддерживает спортивные традиции в массовом физкультурно-оздоровительном движении.

Для обеспечения физического развития, совершенствования физкультурной деятельности студентов и передачи опыта, преподавателями и инструкторами проводятся «Мастер классы» по йога - аэробике, рукопашному бою, самозащите без оружия.

Ежегодно в стенах университета проходит фестиваль «Фитнес и здоровье», соревнования по настольному теннису, мини-футболу, волейболу и другим видам спорта.

Для обеспечения необходимого уровня двигательной активности, физической готовности и укрепления здоровья студентов проводится первенство «Готов к труду и обороне».

Университет обладает современной материально-технической базой, а также развитой социальной сферой. Аудитории университета расположены в шести учебных корпусах, оборудованные современными техническими средствами обучения. Компьютерные классы и библиотека, подключенные к глобальной сети Интернет, создана лаборатория вычислительной техники, специализированная библиотека с филиалами в учебных корпусах и во всех общежитиях. Парк компьютеров насчитывает 897 ЭВМ, функционирует локальная компьютерная сеть, электронная библиотека. Специализированный библиотечный фонд составляет почти 225277 экземпляров учебной, методической и научной литературы по всем направлениям подготовки, в том числе на иностранных языках.

VIII. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ООП

В соответствии с требованиями ГОС ВПО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» оценка качества освоения обучающимися основных образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую аттестацию обучающихся.

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ООП направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» осуществляется в соответствии с: Положением об организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, Временным Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ДонАУиГС, Временным Положением контроля качества учебного процесса в ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики»

Настоящие нормативно-правовые акты регламентируют порядок организации и проведения текущей и промежуточной аттестации студентов, устанавливают максимально возможное количество форм обязательной отчетности в течение одного учебного года.

Нормативно-методическое обеспечение государственной итоговой аттестации обучающихся по ООП направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») осуществляется в соответствии с Порядком организации и проведения государственной итоговой аттестации выпускников образовательных организаций высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики.

8.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации (Приложение 7)

Организация промежуточного контроля определяется рабочей программой учебной дисциплины, а также текущими образовательными задачами. Используются следующие формы контроля получаемых знаний студентов: экзамен, зачет, дифференцированный зачет. Возможно использование следующих фондов оценочных средств: тематика эссе и рефератов; контрольные вопросы зачетов и экзаменов по дисциплинам базовой части профессионального цикла, фонды тестовых заданий; и т.д.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с графиком учебного процесса и предусматривает проведение экзаменов, зачетов, защиту курсовых работ/проектов, практик. В ходе промежуточных аттестаций оценивается уровень сформированности компетенций, которые являются базовыми при переходе к следующему году обучения.

Контроль качества освоения образовательной программы включает в себя текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и итоговую государственную аттестацию обучающихся.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплин и прохождения практик, промежуточная аттестация обучающихся – оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплинам (в том числе выполнения курсовой работы) и прохождения практик.

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по каждой учебной дисциплине доводятся до сведения студентов в течение первого месяца обучения.

Для промежуточной аттестации обучающихся создаются фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты и методы контроля, позволяющие оценить знания, умения, навыки и сформированность общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ГОС ВПО по данному направлению подготовки. Для обеспечения постоянного улучшения системы оценки качества освоения обучающимися учебного материала, закрепления и развития компетенций, знаний, умений и навыков, фонд оценочных средств

постоянно обновляется и пересматривается, в том числе на основе творческой переработки зарубежного опыта, мнения специалистов-практиков, преподавателей смежных дисциплин.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с графиком учебного процесса и предусматривает проведение экзаменов, зачетов, защиту курсовых работ, практик. В ходе промежуточных аттестаций оценивается уровень сформированности компетенций, которые являются базовыми при переходе к следующему году обучения.

Фонды оценочных средств представлены в виде отдельного пункта в РПУД (п.8).

8.2. Государственная итоговая аттестация выпускников (Приложение 5)

Итоговая аттестация выпускника высшего профессионального образования является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме. Цель государственной итоговой аттестации выпускников – установление уровня готовности выпускника к выполнению профессиональных задач. Основными задачами государственной итоговой аттестации являются: определение соответствия компетенций выпускника требованиям ГОС ВПО и определение уровня выполнения задач, поставленных в образовательной программе ВПО.

Государственная итоговая аттестация (ГИА) по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» включает защиту магистерской диссертации и государственного экзамена (междисциплинарного экзамена).

КВАЛИФИКАЦИЯ «Магистр» – это академическая степень, отражающая образовательный уровень выпускника, свидетельствующая о наличии у него умений и навыков, присущих начинающему научному работнику. Степень магистра присуждается по окончании обучения по соответствующей образовательно-профессиональной программе, которая ориентирована на научно-исследовательскую или научно-педагогическую деятельность.

Специалист, обладающий магистерской степенью, должен быть широко эрудирован, владеть методологией научного творчества, современными информационными технологиями, методами получения, обработки и фиксации научной информации.

Тематика магистерской диссертации разрабатывается ведущими преподавателями выпускающей кафедры с привлечением представителей потребителей образовательных услуг, потенциальных работодателей, специалистов, общественных организаций.

Тематика магистерских диссертаций должна быть актуальной, соответствовать современному состоянию и перспективам развития общества, отражать основные сферы и направления деятельности выпускника. В работе выпускник должен показать умение работать с

литературой, обобщать и анализировать фактический материал с использованием теоретических знаний и практических навыков, полученных при освоении образовательной программы, способность и умение самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения. МД способствует закреплению и развитию общетеоретических, общеэкономических, профессионально-ориентированных и специальных знаний по учебным дисциплинам, раскрывающих теоретические основы и практические навыки выполнения профессиональных функций. МД способствует овладению профессиональными навыками и использованию причинно-следственные связи процессов и явлений в прикладной области.

Для проведения защиты магистерских диссертаций приказом ректора академии создается государственная экзаменационная комиссия, председатель которой утверждается министерством образования и науки ДНР.

IX. ОРГАНИЗАЦИЯ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ ООП ВПО В ЦЕЛОМ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЕЕ ДОКУМЕНТОВ

Обновление ООП производится ежегодно (в части состава дисциплин (модулей), установленных ДонАУиГС в учебном плане, и (или) содержания рабочих программ учебных дисциплин (модулей), рабочих программ всех видов практики, методических материалов, обеспечивающих реализацию образовательной технологии) с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы, в соответствии с ГОС ВПО, и выносятся на рассмотрение Ученого совета академии.

Изменения в учебный план вносятся решением Ученого совета академии.

Основная образовательная программа высшего профессионального 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 образовательной программы по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»:

1. Барышникова Л.П. – заведующая кафедрой маркетинга и логистики, доктор экономических наук, доцент;

2. Баркалова О.Н. – доцент кафедры маркетинга и логистики, кандидат исторических наук.