

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Костина Лариса Николаевна

Должность: проректор

Дата подписания: 03.07.2025 06:02:22

Уникальный программный идентификатор:

1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ»

«ОДОБРЕНО»

решением Ученого совета
ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС»

Протокол № 12

от «24» апреля 2025 г.

«УТВЕРЖДЕНО»

И.о. ректора _____ Л.Б. Костровец

«24» апреля 2025 г.

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

по направлению подготовки

38.04.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки)

«Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»

(наименование профиля)

магистр

(квалификация)

очная/заочная

(форма обучения)

2025 год

(год набора по учебному плану)

Донецк
2025

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ I. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ	4
1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы высшего образования	4
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»)	4
1.3. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)	5
1.4. Формы обучения и срок освоения образовательной программы	5
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»)	6
2.1. Область профессиональной деятельности выпускника	6
2.2. Сферы профессиональной деятельности выпускника	7
2.3. Объекты профессиональной деятельности выпускника	7
2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника	7
2.5. Перечень профессиональных стандартов и описание трудовых функций	8
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»)	13
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»)	20
4.1. Учебный план по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)	20
4.2. Календарный учебный график по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)	22
4.3. Рабочие программы дисциплин (модулей) по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)	22
4.4. Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)	22
4.5. Рабочие программы практик по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)	23
4.6. Особенности организации образовательного процесса по образовательным программам для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (инклюзивное образование)	23
4.7. Методические рекомендации по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)	24
4.7.1. Методические рекомендации по организации и прохождению всех видов практик	24

4.7.2	Методические рекомендации по написанию выпускной квалификационной работы	24
4.7.3	Методические рекомендации по написанию курсовых работ	24
РАЗДЕЛ V. ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ (ПРОФИЛЬ «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)		24
5.1.	Кадровое обеспечение образовательного процесса по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)	24
5.2	Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)	24
5.3	Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)	25
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		25
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»)		26
7.1	Комплекты оценочных материалов по образовательной программе / фонды оценочных средств по дисциплинам и практикам для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)	26
7.2	Государственная итоговая аттестация по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)	26
РАЗДЕЛ VIII. ОРГАНИЗАЦИЯ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ (ПРОФИЛЬ «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)		27
ПРИЛОЖЕНИЯ		29

РАЗДЕЛ 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);

порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 г. N 245);

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.;

устав федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Донецкая академия управления и государственной службы»;

локальные нормативные акты Академии;

иные нормативные документы Министерства науки и высшего образования Российской Федерации.

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.

Основной целью подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.02 *Менеджмент* (профиль «*Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент*») является удовлетворение потребностей общества и государства в специалистах, владеющих современными технологиями, умеющими применять на практике знания и умения, способных составить конкуренцию в области профессиональной деятельности, а также формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

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 получения образования по образовательной программе по магистратуре составляет:

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 очно-заочной / 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».

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

Перечень основных объектов (или областей знания) профессиональной деятельности выпускников: 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 «Гурман», ООО «ККС ГРУПП», ООО «РКМ», ООО «Макинвест», ООО «Енакиевский мясокомбинат», ООО «Алтай», ООО «Лаконд», ООО «Оникс», ООО «Автомаркет», ГУП ДНР «ТРК «ОПЛОТ ТВ», рекламное агентство «Медиа Стар» (ИП Кирьякова Владислава Владимировна), типография «ВЕГАПРИНТ» (ИП Скоцобцова Лидия Сергеевна) 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

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»

Таблица 2.1

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.

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	Ключевые индикаторы	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	Вырабатывает стратегию действий, направленную на устранение рисков возникновения проблемных ситуаций	УК 1.1. Способен оценивать последствия при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов УК 1.2 Способен применять методы защиты в чрезвычайных ситуациях и в условиях военных конфликтов УК 1.3. Способен применять системный подход при работе с информацией УК 1.4. Способен осуществлять квалифицированную оценку знания на основе системного и междисциплинарного подходов в различных культурно-исторических условиях УК 1.5 Способен разрабатывать стратегию, направленную на устранение рисков УК 1.6. Способен применять системный подход при анализе информации,

			восполнять и синтезировать недостающую информацию УК 1.7. Способен разрабатывать альтернативные стратегии действий на основе критического анализа и системного подхода
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Оценивает ресурсы и определяет способы управления проектом с учетом последовательности этапов его жизненного цикла	УК 2.1. Способен определять цели и задачи управления изменениями на основе проектного подхода УК 2.2. Способен оценивать изменения и управлять ими УК 2.3. Способен оценивать ресурсы и определять способы управления проектом
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Использует властные полномочия для организации работы команды по достижению поставленной цели	УК-3.1. Способен организовать конструктивное взаимодействие в команде УК-3.2. Способен применять различные технологии управления межличностными отношениями УК-3.3. Способен разработать командную стратегию управления организацией
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Организует и осуществляет коммуникативное взаимодействие в профессиональной и академической среде на русском и иностранном языках	УК 4.1. Способен участвовать в публичных выступлениях УК 4.2. Способен аргументированно дискутировать на иностранном языке на профессиональные темы УК 4.3. Способен работать с профессиональными текстами на иностранном языке
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе	Организует межкультурное взаимодействие с учетом этнических,	УК 5.1. Способен учитывать историческое наследие и традиции различных

	межкультурного взаимодействия	религиозных, гендерных и возрастных отличий и психофизиологических особенностей	социальных групп, этносов и конфессий УК 5.2. Способен преодолевать коммуникативные барьеры при межкультурном взаимодействии
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Определяет собственные потребности в профессиональном и личностном росте и способы их удовлетворения с использованием возможностей системы непрерывного образования	УК -6.1. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности в организации УК -6.2. Способен использовать различные технологии при выстраивании траектории профессионального роста УК -6.3. Способен при ведении переговоров реализовывать и совершенствовать приоритеты собственной деятельности

3.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Ключевые индикаторы	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции (устанавливается ОО ВПО самостоятельно)
ОПК ОС-1 Способен решать управленческие задачи на основе теории менеджмента и использования бенчмаркинга с учетом изменений внешней среды	Диагностирует проблемную ситуацию, предлагает управленческое решение с учетом трендов внешней среды, на основе современной теории, используя инструменты бенчмаркинга	ОПК ОС-1.1. Способен диагностировать проблемную ситуацию и предлагать управленческое решение, используя современные инструменты менеджмента ОПК ОС-1.2. Способен решать управленческие задачи на основе теории менеджмента с учетом изменений внешней среды
ОПК ОС-2 Способен применять современные методы сбора, обработки и анализа данных при решении управленческих и исследовательских задач	Отбирает необходимую и достаточную, релевантную информацию, использует методы, адекватные предмету исследования; уверенно пользуется современными	ОПК ОС-2.1. Способен осуществлять поиск и анализ информации, применять системный подход для решения поставленных задач ОПК ОС-2.2.

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Ключевые индикаторы	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции (устанавливается ОО ВПО самостоятельно)
	информационными технологиями	Способен использовать системный подход при работе с информацией при решении управленческих задач
ОПК ОС-3 Способен разрабатывать стратегии развития инновационных направлений деятельности организаций и трансформации их бизнес-идей	Разрабатывает программу действий по освоению инновационных направлений деятельности организаций и трансформирует их бизнес-модели	ОПК ОС-3.1. Способен реализовывать общие функции управления, принимать стратегические и тактические решения ОПК ОС-3.2. Способен разрабатывать стратегии развития инновационных направлений маркетинговой деятельности
ОПК ОС-4 Способен выполнять научно-исследовательские проекты в менеджменте и смежных областях	Готовит и защищает научно-исследовательский проект в рамках учебного процесса магистратуры	ОПК ОС-4.1. Способен использовать современные методы исследования при подготовке проекта ОПК ОС-4.2. Способен выполнять научно-исследовательский проект в сфере менеджмента

3.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Код и наименование профессиональной компетенции	Ключевые индикаторы	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС (при наличии), анализ опыта)
Тип задач профессиональной деятельности: информационно-аналитическая			
ПКс-1 – Способен к стратегическому анализу и планированию продвижения продукции/услуги и организаций/предприятий	владеет навыками стратегического анализа и планирования продвижения продукции/услуги и организаций/предприятий	ПКс-1.1. Способен планировать маркетинговую деятельность организации/предприятия	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
		ПКс-1.2. Способен осуществлять стратегическое бизнес-планирование	
		ПКс-1.3. Способен осуществлять стратегический анализ и планирование продвижения продукции/услуги	

		организаций/предприятий в сети Интернет	
ПКс-2 – Способен анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта	владеет навыками анализа работы, управления персоналом подразделения, предприятия, командой проекта	ПКс-2.1. Способен управлять командой проекта при проведении маркетингового тренинга	Анализ опыта, ПС 06.043: ТФ L/01.2; L/03.2; L/03.2; K/05.7; K/03.7, K/06.7
		ПКс-2.3. Способен анализировать и управлять работой персонала в сфере продаж	
		ПКс-2.3. Способен анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта	
ПКс-3 – Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга	активно использует инструменты комплекса маркетинга при разработке и реализации маркетинговых программ	ПКс-3.1. Способен применять инструменты комплекса маркетинга при продвижении территории	Анализ опыта, ПС 08.035: В/01.7; В/02.7; В/03.7
		ПКс-3.2. Способен разрабатывать и применять креативные рекламные технологии	
		ПКс-3.3. Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием комплекса маркетинга	
Тип задач профессиональной деятельности: организационно- управленческий			
ПКс-4 – Способен к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в организации	разрабатывает, внедряет и совершенствует систему маркетинговых коммуникаций в организациях, используя системный подход	ПКс-4.1. Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать инструменты, приемы и методы Интернет-маркетинга	Анализ опыта, ПС 08.035: ТФ: В/04.7; ПС 06.043: ТФ K/01.7
		ПКс-4.2. Способен формировать и развивать системные знания в сфере кросс-культурных коммуникаций	
		ПКс-4.3. Способен использовать инструменты маркетинговых коммуникаций, стандарты и принципы, определяющие рекламную деятельность организации на международном уровне	
		ПКс-4.4. Способен организовывать и проводить кампании по	

		рекламе и связям с общественностью	
		ПКс-4.5. Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать коммуникационные кампании, проекты и мероприятия	
		ПКс-4.6. Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	
ПКс-5 – Способен формировать маркетинговую стратегию организации/предприятия	владеет навыками формирования маркетинговой стратегии организации	ПКс-5.1. Способен к изучению рынков и осуществлению маркетингового анализа с целью формирования маркетинговой стратегии организации	Анализ опыта, ПС 08.035: ТФ В/03.7; С 01.8 ПС 06.043: ТФ К/03.7
		ПКс-5.2. Способен формировать результативную маркетинговую стратегию организации	
		ПКс-5.3. Способен формировать маркетинговую стратегию организации	
ПКс-6 – Способен управлять маркетинговой системой организации/предприятия и вносить изменения в ее функционирование	реализовывает управление маркетинговой системой организации, вносит корректировки в ее функционирование	ПКс-6.1. Способен осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации в области управления затратами и вносить соответствующие изменения	Анализ опыта, ПС 08.035: ТФ С/02.8 ПС 06.043; ТФ: К/02.7; К/05.7; L/03.7, В/01.7
		ПКс-6.2. Способен разрабатывать, реализовывать и управлять комплексом изменений, направленных на привлечение новых потребителей с помощью бренда	
		ПКс-6.3. Способен формировать маркетинговую стратегию организации	
ПКс-7 – Способен к осуществлению информационно-	реализовывает информационно-аналитическую	ПКс-7.1. Способен осуществлять информационно-	Анализ опыта,

аналитической деятельности, проведению маркетинговых исследований	деятельность, проводит маркетинговые исследования различной направленности	аналитическую деятельность и проводить исследования в сфере маркетинга и аутсорсинга транспортно-экспедиционного обслуживания	ПС 06.043: ТФ К/02.7
		ПКс-7.2. Способен применять современные методы и сетевые технологии оперативного сбора, анализа и обработки маркетинговой информации	
		ПКс-7.3. Способен осуществлять информационно-аналитическую деятельность, проводить маркетинговые исследования	

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 дисциплин (модулей) 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 3**.

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

Рабочая программа воспитательной работы (рабочая программа воспитания) 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 4**).

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:
ознакомительная практика
2. Производственные практики:
научно-исследовательская работа
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 программа всех видов практик приведены в полном объеме в **Приложение 6**.

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

При обеспечении инклюзивного образования инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательную программу включаются специализированные адаптационные дисциплины (модули) в виде факультативов дисциплин. Обучение в 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 организации и 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 «Методы изучения рынков и маркетинговый анализ» «Формирование маркетинговой стратегии» (курсовая работа по модулю), «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 магистратура, и лиц,

привлекаемых на иных условиях к реализации программы магистратуры (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень и (или) ученое звание.

Не менее 5% численности научно-педагогических работников 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 *38.04.02 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.

5.3. 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.

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 2014-2024 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 ОБУЧАЮЩИМИСЯ ООП ВПО

7.1. Комплекты оценочных материалов по образовательной программе / фонды оценочных средств по дисциплинам и практикам для 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 разрабатываются оценочные материалы. Они могут быть представлены в виде:

комплекта оценочных материалов по всей образовательной программе 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») и года набора (**Приложение 9**);

фондов оценочных средств по каждой дисциплине и практике, указанных в учебном плане (приложение к РПД).

Они разрабатываются в соответствии с локальными нормативными актами ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» и 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 о порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Оценочные материалы (вопросы к зачету / экзамену; тематика курсовых работ; типовые вопросы для проведения текущего контроля успеваемости) указаны в рабочих программах дисциплин (модулей) и рабочих программах практик и в полном объеме представлены в виде приложения к ним.

7.2. Государственная итоговая аттестация по направлению подготовки 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 включает подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена, и подготовку к процедуре защиты и защиту ВКР, согласно Федеральным государственным образовательным стандартам высшего образования.

Программа государственной итоговой аттестации выпускников по направлению подготовки (профилю) приведена в **Приложении 10**.

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

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

Разработчики ОП ОП ВО

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

Заведующий кафедрой
маркетинга и логистики,
канд. экон. наук, доцент

Т.А. Попова

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

И.М. Ягнюк

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

Р.П. Лизогуб

Работодатели:
Директор ООО «Гурман»

Н.В. Лаврова

Директор ООО «ДАКАР»

С.И. Сторожук

Рассмотрено на заседании кафедры маркетинга и логистики
(протокол № 10 от 31.03.2025 г.)

Рассмотрено
на заседании Учебно-методического совета ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС»
(протокол № 6 от 08.04.2025 г.)
Председатель _____ Л.Н. Костина

ОДОБРЕНО
на заседании Ученого совета ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС»
(протокол № 12 от 24.04.2025 г.)

© Коллектив авторов, 2025
© ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2025