

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 02.12.2024 00:24:45
Уникальный программный ключ:
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Донецкая академия управления и государственной службы»
(ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС»)

«ОДОБРЕНО»
решением Ученого совета
ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС»
Протокол № 11
от «27» апреля 2023 г.



Л.Б. Костровец
от «27» апреля 2023 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)

2023 год

(год набора по учебному плану)

Донецк
2023

СОДЕРЖАНИЕ

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

- 4.7.1 Методические рекомендации по прохождению всех видов практик
- 4.7.2 Методические рекомендации по написанию выпускной квалификационной работы
- 4.7.3 Методические рекомендации по написанию курсовых работ

РАЗДЕЛ V. ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ (ПРОФИЛЬ «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)

- Кадровое обеспечение образовательного процесса по направлению подготовки
- 5.1. 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)
- Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного
- 5.2 процесса по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)
- Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по
- 5.3 направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)
- Финансовые условия реализации основной профессиональной образовательной
- 5.4 программы высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)

РАЗДЕЛ VI. ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ», ОБЕСПЕЧИВАЮЩАЯ РАЗВИТИЕ УНИВЕРСАЛЬНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКА

РАЗДЕЛ VII. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ (ПРОФИЛЬ «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ»)

- Фонды оценочных средств проведения текущего контроля успеваемости и
- 7.1 промежуточной аттестации по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)
- Государственная итоговая аттестация выпускника основной профессиональной
- 7.2 образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)
- Государственная итоговая аттестация и фонды оценочных средств, для
- 7.3 проведения Государственной итоговой аттестации обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)

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

I. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее – ОПОП ВО) по направлению подготовки *38.04.02 Менеджмент* (профиль «*Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент*»), реализуемая в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Донецкая академия управления и государственной службы» (далее – ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС»), представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки *38.04.02 Менеджмент* (Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 952).

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

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

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

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

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

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

иные нормативных документов Министерства науки и образования Российской Федерации.

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

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

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

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

Социальная значимость (миссия) ОПОП ВО – развитие у студентов личностных качеств; формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций по образовательной программе – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»); подготовка высококвалифицированных выпускников, обладающих неоспоримыми преимуществами в динамично изменяющейся конкурентной среде с учетом потребностей рынка труда; укрепление нравственности, развитие творческих способностей, социальной адаптации, коммуникативности, толерантности, настойчивости в достижении цели.

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

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

Цели подготовки по основной профессиональной образовательной программе высшего образования

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

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

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

1.4. Формы обучения и срок освоения образовательной программы

Срок освоения ОПОП ВО в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический

маркетинг и бренд-менеджмент») составляет: очная форма обучения 2 года, заочной формы – 2 года 6 месяцев.

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

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

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

1.5. Требования к абитуриенту

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Образовательная программа реализуется на русском языке.

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

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

Область профессиональной деятельности выпускника включает:

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

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

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

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

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

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

сфера исследований и разработок, в части организации проектной деятельности, исследования рынка, анализа экономической состоятельности

инновационных проектов, стратегического и тактического планирования организации и реализации процессов внедрения инноваций в организации;

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

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

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

2.2. Сферы профессиональной деятельности

Возможные сферы профессиональной деятельности: предприятия, экономические отделы государственных научно-исследовательских и проектных учреждений, органы государственной власти и т.п. Выпускники по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») востребованы на предприятиях и в организациях: ООО «Артхаус», ООО «Макивест», ООО «Енакиевский мясокомбинат», ООО «Алтай», ООО «ЮЗ АВТО ТРАНС», ГП «Агентство по рекламе и массовым коммуникациям «Продвижение», ООО «Донбасс-Фармация-Трейдинг» и т.д., с которыми установлены прочные связи в части социального партнерства и сотрудничества.

2.3*. Объекты профессиональной деятельности выпускника

Объектами профессиональной деятельности выпускника являются:

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

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

- процессы государственного и муниципального управления;

- научно-исследовательские процессы.

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

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

№	Тип задач	Задачи профессиональной деятельности
1	Информационно-аналитический	<ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> - разработка стратегий развития организаций и их отдельных подразделений; - руководство подразделениями предприятий и организаций разных форм собственности, органов государственной и муниципальной власти; - организация творческих коллективов (команд) для решения организационно-управленческих задач и руководство ими;
---	-------------------------------	---

2.5. Перечень профессиональных стандартов и описание трудовых функций

Основная профессиональная образовательная программа сопряжена с такими профессиональными стандартами:

06.043 Специалист по интернет-маркетингу

08.035 Маркетолог

22.008 Специалист по маркетинговым исследованиям в области пищевой и перерабатывающей промышленности

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

06.043 Специалист по интернет-маркетингу

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

08.035 Маркетолог

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

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

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

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

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

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

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

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

22.008 Специалист по маркетинговым исследованиям в области пищевой и перерабатывающей промышленности

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

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

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

2.1. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

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

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

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

		альтернативные стратегии действий, в том числе в непривычных обстоятельствах, на основе критического анализа и системного подхода. ИД УК-1.7. В результате прохождения учебной (научно-исследовательской) практики обладает навыками сбора и обобщения информации, поиска в базах данных нормативно-правовых документов, регламентирующих деятельность организаций
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИД УК-2.1. Определяет цели и задачи стратегических изменений в организации ИД УК-2.2 Оценивает соответствие изменений стратегическим целям организации ИД УК-2.3. Определяет основные аспекты организации, которые могут быть затронуты стратегическими изменениями ИД УК-2.4. В результате прохождения учебной (научно-исследовательской) практики демонстрирует знания особенностей работы в команде, методов организации достижения поставленных задач
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИД УК-3.1. Использует психологические основания и приемы создания команды профессионалов; основную систему категорий и методов психологии межличностных отношений, необходимую для конструктивного взаимодействия в команде. ИД УК-3.2. Применяет оптимальные технологии управления межличностными и межгрупповыми отношениями, работая в команде для достижения поставленной цели. ИД УК-3.3. анализировать и решать основные проблемы, связанные с управлением организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИД УК-4.1. Аргументированно и конструктивно отстаивает свои позиции и идеи в академических и профессиональных дискуссиях на иностранном языке ИД УК-4.2. Осуществляет поиск иноязычных материалов, переводит и редактирует различные академические, профессиональные, деловые тексты с

		использованием современных информационных технологий и ресурсов ИД УК-4.3. Представляет свою точку зрения при деловом общении и в публичных выступлениях
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИД УК-5.1. Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения ИД УК-5.2. Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии в целях выполнения профессиональных задач
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИД УК-6.1. Определяет и реализует приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования в организации образовательной среды в соответствии с требованиями педагогики высшей школы ИД УК 6.2. Использует образовательные технологии, методы и средства обучения для выстраивания траектории собственного профессионального роста ИД УК 6.2. определяет и реализует приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования для эффективного ведения переговоров

3.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции (устанавливается ОО ВПО самостоятельно)
ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ИД ОПК-1.1. Демонстрирует знания экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления ИД ОПК -1.2. В результате прохождения учебной (научно-исследовательской) практики демонстрирует навыки ориентации в современных маркетинговых информационно-коммуникационных системах, овладения новейшими технологиями сбора, обработки, хранения, преобразования и распространения информации
ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том	ИД ОПК-2.1. Владеть практическими навыками поиска и анализа и синтеза информации; методикой системного подхода для решения поставленных задач направления подготовки.

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции (устанавливается ОО ВПО самостоятельно)
числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	
ОПК-3 Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	ИД ОПК-3.1. Осуществляет управление функциональными подсистемами и элементами внутренней среды организации на всех стадиях ее жизненного цикла, проектирование и совершенствование системы управления организацией, реализацию общих функций управления, принятие стратегических и тактических решений.
ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	ИД ОПК-4.1. Осуществляет организацию работы и управление организацией, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.
ОПК-5 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	ИД ОПК-5.1. Владеет практическими навыками обобщения и оценки научных исследований в менеджменте и смежных областях; способен выполнять научно-исследовательские проекты

3.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС (при наличии), анализ опыта)
ПК-1 Способность стратегического анализа и планирования продвижения	ИД ПК-1.1. Демонстрирует умения применять принципы и методы проведения стратегического анализа эффективности маркетинговой активности в сети Интернет; знает основы поисковой оптимизации, работы с социальными медиа, систему инструментов Интернет-	Анализ опыта, ПС 06.043: ТФ К/01.7; К/02.7;

продукции/услуги и организаций/предприятий	маркетинга, особенности функционирования социальных медиа	K/03.7; K/04.7; K/05.7; K/06.7; L/03.7
	ИД ПК-1.2. Взаимодействует с персоналом организации и заказчика; планирует алгоритм действий на каждом этапе продвижения, распределяет ресурсы, проводит мониторинг, контролирует результат; составляет отчетную и аналитическую документацию; разрабатывает техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документация	
	ИД ПК-1.3. Владеет навыками проведения переговоров и согласования стратегии продвижения; определяет цели, систему показателей проекта продвижения, планирования результатов и определения ключевых показателей эффективности	
	ИД ПК-1.4. Обладает знаниями стратегического планирования; анализирует внешнюю и внутреннюю среду; определяет цели и задачи на долгосрочную перспективу; разрабатывает стратегические планы для организации ИД ПК-1.5. В результате прохождения производственной (по профилю профессиональной деятельности) практики демонстрирует навыки стратегического планирования продвижения продукции/услуги и организаций/предприятий в сети Интернет	
ПК-2 Способность анализировать работу, управлять персоналом подразделения, предприятия, командой проекта	ИД ПК-2.1. Обладает знаниями основ маркетинга, менеджмента и управления персоналом; анализирует и систематизирует информацию; обладает навыками распределения и делегирования полномочий	Анализ опыта, ПС 06.043: ТФ L/01.2; L/03.2; L/03.2; K/05.7; K/03.7, K/06.7
	ИД ПК-2.2. Анализирует работу сотрудников; обосновывает ресурсы; анализирует результаты и отклонения, устраняет причины отклонений; составляет отчетную и аналитическую документацию	
	ИД ПК-2.3. Анализирует работу сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта; корректирует деятельность сотрудников; разрабатывает и внедряет систему качественных показателей, характеризующих деятельность специалистов; формирует у сотрудников четкое представление о роли их работы в деятельности организации	
	ИД ПК-2.4. Анализирует информацию и разрабатывает стратегию продвижения с учетом согласованности всех подразделений организации; анализирует работу персонала в сфере продаж ИД ПК-2.5. В результате прохождения производственной (по профилю профессиональной деятельности) практики демонстрирует навыки управления персоналом, организации командной работы для достижения поставленной задачи	
ПК-3 Способность разрабатывать и	ИД ПК-3.1. Обладает знаниями в области подготовки и проведения кампаний по рекламе и связям с	Анализ опыта,

реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга	общественностью и методов оценки их эффективности	ПС 08.035: В/01.7; В/02.7; В/03.7
	ИД ПК-3.2. Владеет методами использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов и обработки маркетинговой информации	
	ИД ПК-3.3. Обладает знаниями маркетингового ценообразования, стандартов, этических принципов, регулирующих цены и ценовую политику организаций; применяет методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг на уровне ценовых стратегий	
	ИД ПК-3.4. Определяет конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации; разрабатывает политику конкурентных цен на товары (услуги); разрабатывает средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования; сравнивает рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги)	
	ИД ПК-3.5. Проводит оценку стоимости брендов организации; улучшает бизнес-процессы организации в сфере управления брендами; использует инструменты проектного управления успешными брендами	
	ИД ПК-3.6. Владеет навыками разработки и реализации комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг); реализует и совершенствует ассортиментную политику организации; проводит коммуникационную (рекламную) кампанию в области товаров (услуг, брендов)	
	ИД ПК-3.7. Обладает способностями разработки технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда; реализует программу повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; подготавливает рекомендации для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов); внедряет систему стимулирования продаж товаров (услуг) организации	
ПК-4 Способность разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации	ИД ПК-3.8. В результате прохождения производственной (по профилю профессиональной деятельности) практики демонстрирует навыки по разработке и реализации маркетинговых программ с использованием комплекса маркетинга	Анализ опыта, ПС 08.035: ТФ: В/04.7; ПС 06.043: ТФ К/01.7
	ИД ПК-4.1. Использует инструменты маркетинговых коммуникаций, стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации; обладает знаниями процесса стратегического и оперативного планирования, организация рекламного дела, законодательства государства и международного права в области маркетинговой деятельности	
	ИД ПК-4.2. Проводит внутренние и внешние коммуникационные кампании; формирует имидж и деловую репутацию организации; продвигает товары	

	<p>(услуги) организации на рынок; улучшает бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики; выстраивает систему коммуникаций в организации на уровне стратегий; проводит анализ результативности коммуникационной политики; использует инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики</p> <p>ИД ПК-4.3. Осуществляет работу по организации и планированию профессиональной деятельности в сфере рекламной коммуникации и связям с общественностью</p> <p>ИД ПК-4.4. Анализирует систему инструментов интернет-маркетинга; использует принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; анализирует работу сотрудников по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; обладает знаниями функционирования современных социальных медиа</p> <p>ИД ПК-4.5. В результате прохождения производственной (по профилю профессиональной деятельности) практики владеет навыками разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации</p>	
<p>ПК-5 Способность формирования маркетинговой стратегии организации/предприятия</p>	<p>ИД ПК-5.1. Выполняет маркетинговые действия по выбору каналов распределения (дистрибуции); проводит оценку сбытовой политики организации; создает и развивает стратегическую систему для выполнения маркетинговых функций в транспортной организации; прогнозирует результаты, планирует и создает условия для результативной маркетинговой деятельности транспортной организации</p> <p>ИД ПК-5.2. Разрабатывает маркетинговую стратегию организации; прогнозирует результаты, планирует и создает условия для результативной маркетинговой деятельности организации; выстраивает систему взаимодействия маркетинговой службы с другими подразделениями организации; реализует альтернативные маркетинговые стратегии в организации</p> <p>ИД ПК-5.3. Владеет навыками организации работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации; создает и развивает стратегическую систему для выполнения маркетинговых функций в организации; создает и развивает операционную систему для выполнения маркетинговых функций в организации</p> <p>ИД ПК-5.4. Организует работу маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации; реализовывает альтернативные маркетинговые стратегии в организации; подготавливает</p>	<p>Анализ опыта, ПС 08.035: ТФ В/03.7; С 01.8 ПС 06.043: ТФ К/03.7</p>

	<p>рекомендации для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов); проводит коммуникационную (рекламную) кампанию в области товаров (услуг, брендов); разрабатывает и реализует комплекс мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг)</p>	
<p>ПК-6 Способность управлять маркетинговой системой организации/предприятия и вносить изменения в ее функционирование</p>	<p>ИД ПК-6.1. Обладает знаниями инструментов риск-менеджмента, методов управления бизнес-процессами; применяет методы и организационные возможности управления изменениями, методы управления проектами</p>	<p>Анализ опыта, ПС 08.035: ТФ С/02.8 ПС 06.043; ТФ: К/02.7; К/05.7; L/03.7,</p>
	<p>ИД ПК-6.2. Планирует деятельность маркетинговой службы организации; планирует и разрабатывает бюджет реализуемых маркетинговых проектов; проводит оценку результативности маркетинговых программ; осуществляет контроль маркетинговой деятельности организации в области управления затратами и вносит соответствующие изменения</p>	
	<p>ИД ПК-6.3. Владеет навыками подготовки предложений и разработки планов по работе маркетинговой службы организации; согласовывает и реализует планы маркетинговой поддержки системы продаж в организации; согласовывает и реализует план маркетинга организации; обеспечивает развитие маркетинговой службы организации; подготавливает отчеты о работе маркетинговой службы перед руководящими органами и лицами организации; обеспечивает контроль и внесение изменений в маркетинговую деятельность организации</p>	
	<p>ИД ПК-6.4. Использует инструменты управления успешными брендами; разрабатывает технические задания на создание фирменного стиля организации, ее бренда; подготавливает рекомендации для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов); разрабатывает и реализует комплекс изменений, направленных на привлечение новых потребителей с помощью бренда</p>	
<p>ПК-7 Способность к осуществлению информационно-аналитической деятельности, проведению маркетинговых исследований</p>	<p>ИД ПК-7.1. Использует современные методы и сетевые технологии оперативного сбора, анализа и обработки маркетинговой информации; осуществляет процедуры анализа, оценки и распределения маркетинговой информации; выявляет потенциальные воздействия внешней среды, закономерности в изменениях маркетинговой среды предприятия; подготавливает и оформляет информационно-аналитическую отчетность по результатам проведения маркетингового исследования; делает заключения и презентацию полученной информации</p>	<p>Анализ опыта, ПС 22.008: ТФ С/01.7; С/02.7 ПС 06.043: ТФ К/02.7</p>
	<p>ИД ПК-7.2. Владеет навыками разработки концепции создания маркетинговой информационной системы; формирования целей и планов маркетинговых исследований и маркетинговой деятельности предприятия; осуществляет организацию и проведение маркетинговых исследований</p>	

	ИД ПК-7.3. использует современные методы для выявления сильных и слабых сторон организации, оценки эффективности и методов проведения маркетинговых исследований	
	ИД ПК-7.4. Оценивает и анализирует международный рынок потребителей и применяет соответственные рекламные стратегии	

РАЗДЕЛ IV.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Рабочая программа учебной дисциплины включает следующие разделы:

титульный лист;

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

результаты освоения дисциплины;

формы контроля;

содержание дисциплины;

характеристика образовательных технологий;

учебно-методическое и материально-техническое обеспечение дисциплины;

фонд оценочных средств;

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

методические указания для обучающихся по усвоению дисциплины.

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

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

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

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

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

4.5. Рабочие программы практик 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)

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

При реализации данной ОПОП ВО предусматриваются:

1. Учебная практика:

научно-исследовательская практика

2. Производственные практики:

по профилю профессиональной деятельности 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.

При освоении дисциплины (модуля) «Физическая культура и спорт» и элективных курсов по «Физической культуре и спорту» для инвалидов и лиц с ОВЗ предусмотрены особые условия.

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

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик учитывает состояние здоровья и требования по доступности. Информация о расписании учебных занятий размещена в доступных для обучающихся, являющихся слабовидящими, местах в адаптированной форме.

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

4.7.1. Методические рекомендации по прохождению всех видов практик

Методические рекомендации по прохождению всех видов практик разработаны в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» и представлены в **Приложении 6**.

4.7.2. Методические рекомендации по написанию выпускной квалификационной работы

Методические рекомендации по написанию выпускной квалификационной работы разработаны в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» и представлены в **Приложение 7**.

4.7.3 Методические рекомендации по написанию курсовых работ

Методические рекомендации по написанию курсовых работ по учебным дисциплинам «Формирование маркетинговой стратегии», «Маркетинговое планирование в конкурентной среде» разработаны и представлены в приложении 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 *38.04.024 Менеджмент*, имеющая ежегодные публикации по результатам научно-исследовательской (творческой) деятельности в ведущих отечественных рецензируемых научных журналах и изданиях, а также осуществляющая ежегодную апробацию результатов научно-исследовательской (творческой) деятельности на национальных и международных конференциях.

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

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

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

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

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» из любой точки, в которой

имеется доступ к информационно-коммуникационной сети «Интернет» на территории образовательного учреждения и вне ее.

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

5.4. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса в ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)

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

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

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

5.5. Финансовые условия реализации ООП ВПО 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»)

Финансовое обеспечение реализации программы магистратуры должно осуществляться в объеме не ниже установленных Министерством науки и высшего образования Российской Федерации базовых нормативных затрат на оказание государственной услуги в сфере образования для данного уровня образования и направления подготовки с учетом корректирующих коэффициентов, учитывающих специфику образовательных программ в соответствии с Методикой определения нормативных затрат на оказание государственных услуг по реализации имеющих государственную аккредитацию образовательных программ высшего образования

по специальностям и направлениям подготовки, утвержденной приказом Министерством науки и высшего образования Российской Федерации.

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

РАЗДЕЛ VI. ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС», ОБЕСПЕЧИВАЮЩАЯ РАЗВИТИЕ УНИВЕРСАЛЬНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКА

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

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

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

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

- ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента экономики и бизнеса»;
- ЧОУ ВО «Таганрогский институт экономики и управления».

В ближайшей перспективе ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» планирует осуществить следующие мероприятия:

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

В 2014 г. в ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» действует Совет студенческого самоуправления. В его состав входят представители факультетов и председатель студенческого научного общества ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС». Возглавляет Совет студенческого самоуправления председатель. Совет определяет стратегические пути развития студенческого самоуправления в ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС», принимает решения по наиболее важным вопросам студенческой жизни, координирует ее.

Руководители студенческого самоуправления всех уровней избираются на альтернативной основе путем тайного голосования студентов ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС».

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

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

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

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

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений требованиям соответствующей ОПОП ВО созданы фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Фонды оценочных средств разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС». Фонды оценочных средств позволяют оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

Требования к формам, периодичности, процедурам проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплинам (модулям) регулируются локальным нормативным актом ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС».

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

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

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

При выполнении программы учебных и производственных практик требования к формам, периодичности, процедурам проведения контроля и

аттестации результатов практической подготовки обучающихся регулируются локальным нормативным актом ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС».

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

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

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

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

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

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

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

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

РАЗДЕЛ VIII.

ОРГАНИЗАЦИЯ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ ОПОП ВО В ЦЕЛОМ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЕЕ ДОКУМЕНТОВ

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

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

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

Разработчики ОП ОП

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

Рассмотрено на заседании кафедры маркетинга и логистики
(протокол № 9.1 от 24.04.2023 г.)

Рассмотрено
на заседании Учебно-методического совета ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС»
(протокол № 6 от 25.04.2023 г.)

Председатель  Л.Н. Костина

ОДОБРЕНО

на заседании Ученого совета ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС»
(протокол № 11 от 27.04.2023 г.)

РЕЦЕНЗИЯ

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

Рецензируемая основная образовательная программа по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» представляет собой систему документов, разработанную 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).

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

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

Программа содержит обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений. Все дисциплины обязательной части предусмотрены в учебном плане. Дисциплины по выбору студента составляют 3 зачетных единиц, факультативные дисциплины - 6.

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

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

Структура плана в целом логична и последовательна.

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

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

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

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

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

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

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

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

тестовые задания;

примерная тематика курсовых работ, рефератов.

Порядок разработки и утверждения оценочных средств закреплён в локальном документе ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» на соответствие требованиям Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования.

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

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

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

В качестве сильных сторон рецензируемой образовательной программы следует отметить:

актуальность ОПОП;

привлечение для реализации ОПОП опытного профессорско-преподавательского состава, а также ведущих специалистов-практиков;

учет требований работодателей при формировании дисциплин;
углубленное изучение отдельных областей знаний;
практикоориентированность ОПОП;
инноватику, отраженную в темах курсовых работ и ВКР;
другое.

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

Рецензент:
Директор ООО «Алтай»



2023 г.

А.М. Стогний

РЕЦЕНЗИЯ

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

Рецензируемая основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» представлена на официальном сайте ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» и представляет собой систему документов, разработанную 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).

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

Структура основной профессиональной образовательной программы отражена в учебном плане по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» и включает следующие части (циклы): Б.1 Дисциплины (модули), Б.2 Практика, Б.3 Государственная итоговая аттестация. Учебный план содержит обязательную часть, часть, формируемую участниками образовательных отношений, а также включает дисциплины по выбору студента и факультативные дисциплины.

Дисциплины учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» формируют весь необходимый перечень универсальных, общепрофессиональных компетенций, предусмотренных ФГОС ВО, а также профессиональные компетенции в соответствии с профессиональными стандартами.

Включенные в план дисциплины в полной мере раскрывают сущность актуальных проблем в рамках различных функциональных областей логистики, таких как методы изучения рынков и маркетинговый анализ.

маркетинговое планирование в конкурентной среде, креативные рекламные технологии, организация и проведение кампании по рекламе и связям с общественностью, формирование маркетинговой стратегии. Структура плана логична и последовательна, качество содержательной составляющей дисциплин не вызывает сомнений. Оценка рабочих программ дисциплин, представленных на сайте ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС», позволяет сделать вывод, что содержание дисциплин соответствует компетентностной модели выпускника.

Разработанная образовательная программа предусматривает профессионально-практическую подготовку обучающихся в виде практики: учебная практика (научно-исследовательская практика); производственная практика (практика по профилю профессиональной деятельности). Содержание программ практик свидетельствует об их способности сформировать практические навыки студентов.

При реализации основной профессиональной образовательной программы используются разнообразные формы и процедуры текущего и итогового контроля успеваемости: контрольные вопросы и типовые задания для семинарских и практических занятий, контроля знаний по разделам, зачетов и экзаменов; тестовые задания; тематика курсовых работ, рефератов.

В локальном документе ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» закреплён порядок разработки и утверждения оценочных средств. При разработке оценочных средств для контроля качества изучения дисциплин, практик учитываются знания, умения, навыки, позволяющие установить качество сформированных у обучающихся компетенций и степень готовности выпускников к профессиональной деятельности. Важным является тот факт, что созданы условия для максимального приближения системы оценки и контроля компетенций магистрантов к условиям их будущей профессиональной деятельности. При реализации ОПОП ВО в качестве внешних экспертов активно используются работодатели, специалисты-практики.

Рецензируемая основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» имеет высокий уровень обеспеченности учебно-методической документацией и материалами. Анализ каталога электронной библиотеки ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС» показал, что в нём представлены программы всех заявленных дисциплин, практик и Государственной итоговой аттестации.

Реализация ОПОП ориентирована на развитие у обучающихся личностных качеств, а также формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, способствующих успешной деятельности по профилю подготовки. Также следует отметить воспитательную направленность ОПОП в области формирования качеств обучающихся: целеустремленности, организованности, трудолюбия,

ответственности, гражданственности, коммуникативности и повышения их культуры.

В качестве сильных сторон рецензируемой образовательной программы необходимо отметить: актуальность ОПОП ВО; привлечение для реализации ОПОП опытного профессорско-преподавательского состава, а также ведущих специалистов-практиков; учет требований работодателей при формировании дисциплин; практикоориентированность ОПОП; инноватику, отраженную в темах курсовых работ и ВКР.

В целом, представленная на рецензию основная профессиональная образовательная программа по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент» является востребованной потенциальными работодателями, отвечает требованиям федерального образовательного стандарта и способствует формированию универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций у выпускника.

Рецензент:

Директор ООО «Гурман»

(должность)



2023 г.


подпись

Лаврова Н.В.

ФИО