

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце: **Федеральное государственное бюджетное образовательное**
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: заместитель директора
Дата подписания: 14.01.2026 10:05:30
Уникальный программный ключ:
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

**РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»**

Донецкий институт управления – филиал РАНХиГС

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

УТВЕРЖДЕНА
решением ученого совета
института-филиала
от 11.11.2025, протокол № 1

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Направление подготовки	<i>38.03.02 Менеджмент</i>
Направленность (профиль) (наименование образовательной программы)	<i>Маркетинг</i>
Профессиональные треки	<i>Не применяются</i>
Уровень образования	<i>Бакалавриат</i>
Квалификация	<i>Бакалавр</i>
Форма обучения	<i>Очная / очно-заочная</i>
Год набора	<i>2023</i>
Год начала реализации образовательной программы	<i>2023</i>
Подразделение, ответственное за реализацию образовательной программы	<i>Факультет менеджмента, кафедра маркетинга и логистики</i>

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 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»)
1.3. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»)
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 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ (ПРОФИЛЬ «МАРКЕТИНГ»)
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 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ (ПРОФИЛЬ «МАРКЕТИНГ»)
РАЗДЕЛ IV. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ (ПРОФИЛЬ «МАРКЕТИНГ»)
4.1. Учебный план по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»)
4.2. Календарный учебный график по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»)
4.3. Структурно-логическая схема по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»)
4.4. Рабочие программы учебных дисциплин по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»)
4.5. Рабочие программы практик по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»)
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 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»)
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 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ (ПРОФИЛЬ «МАРКЕТИНГ»)

- | | | |
|------|---|------|
| 5.1. | Кадровое обеспечение образовательного процесса по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») | |
| 5.2 | Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») | |
| 5.3 | Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») | |
| 5.4. | Финансовые условия реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») | |

РАЗДЕЛ VI. ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ДОНЕЦКОГО ФИЛИАЛА РАНХИГС, 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 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ (ПРОФИЛЬ «МАРКЕТИНГ»)

- | | | |
|-----|---|------|
| 7.1 | Фонды оценочных средств проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») | |
| 7.2 | Государственная итоговая аттестация выпускника основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») | |
| 7.3 | Государственная итоговая аттестация и фонды оценочных средств, для проведения Государственной итоговой аттестации обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») | |

РАЗДЕЛ VIII. ОРГАНИЗАЦИЯ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ (ПРОФИЛЬ «МАРКЕТИНГ»)

I. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее – ОПОП ВО) по направлению подготовки 38.03.02 *Менеджмент* (профиль «*Маркетинг*»), реализуемая в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ» (далее – Донецкий филиал РАНХиГС), представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 *Менеджмент* (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 970).

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 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»)

Настоящая характеристика ОПОП ВО разработана в соответствии со следующими нормативными документами:

1. Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);
2. Приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (с изменениями и дополнениями);
3. Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 *Менеджмент*, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 970 (далее – ФГОС ВО) (с изменениями и дополнениями);
4. Трудовым кодексом Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (с изменениями и дополнениями);
5. Уставом и локальными нормативными актами Академии.

1.3. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»)

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 и информационно-аналитическую.

Социальная значимость (миссия) ОПОП ВО – развитие у студентов личностных качеств; формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций по образовательной программе – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»); 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 компетентного подхода.

При разработке и реализации образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») Донецкого филиала РАНХиГС 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).

Таблица 1.1

Цели подготовки по основной профессиональной образовательной программе высшего образования

Код цели	Формулировка цели	Требования ФГОС ВО и/или заинтересованных работодателей
Ц1	сформировать социально-личностные качества выпускников: гражданственность, толерантность, целеустремленность, ответственность, организованность, умение работать в коллективе, стремление к саморазвитию и раскрытию своего творческого потенциала.	ФГОС ВО; Работодатели
Ц2	дать качественные базовые гуманитарные, социальные, экономические, математические и естественнонаучные знания, востребованные обществом.	ФГОС ВО; Работодатели
Ц3	подготовить бакалавра к успешной работе в сфере	ФГОС ВО;

	предпринимательской деятельности на основе гармоничного сочетания научной, фундаментальной и профессиональной подготовки кадров.	Работодатели
Ц4	создать условия для овладения универсальными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями, способствующими его социальной мобильности и устойчивости на рынке труда.	ФГОС ВО; Работодатели
Ц5	сформировать универсальные, профессиональные, общепрофессиональные компетенции, необходимые для успешной профессиональной деятельности, обеспечивающей рациональное управление организациями (коммерческие, некоммерческие, государственные, муниципальные) и подразделениями.	ФГОС ВО; Работодатели
Ц6	развить способность выпускников к дальнейшему профессиональному самосовершенствованию в организационно-управленческой, аналитической и исследовательской деятельности в сфере предпринимательской деятельности и управленческой деятельности организаций.	ФГОС ВО; Работодатели

Задачи ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»):

- 1) разработка и формирование фондов методических материалов для предоставления образовательных услуг по направлению подготовки;
- 2) упорядочивание и методическое сопровождение процесса подготовки бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»);
- 3) определение результатов и индикаторов освоения данной ОПОП ВО;
- 4) формирование фонда оценочных средств качества освоения программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»);
- 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 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») составляет: очная форма обучения 4 года, очно-заочной формы – 4 года 6 месяцев.

Срок получения образования по программе бакалавриата в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения Государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, составляет 4 года. Объем программы бакалавриата, реализуемый за один учебный год, составляет не более 70 зачётных единиц (далее – з.е.) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану (за исключением

ускоренного обучения), а при ускоренном обучении – не более 80 з.е.; в очно-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 бакалавриата составляет 240 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 – «бакалавр».

1.5. Требования к абитуриенту

Основные требования к абитуриенту устанавливаются правилами приема граждан в Донецком филиале РАНХиГС.

На обучение в Донецком филиале РАНХиГС по образовательной программе бакалавриата принимаются абитуриенты, имеющие образование соответствующего уровня, подтвержденное: документом о среднем общем образовании или документом о среднем профессиональном образовании и о квалификации, или документом о высшем образовании и о квалификации.

Прием в Донецкий филиал РАНХиГС осуществляется на первый курс.

Прием на обучение в Донецкий филиал РАНХиГС проводится на конкурсной основе:

Прием на обучение по программам бакалавриата проводится:

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 Донецким филиалом РАНХиГС 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 Донецким филиалом РАНХиГС 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 бакалавриата проводится:

1) на места, указанные в подпунктах «а», «б» и «г»:

по результатам единого государственного экзамена (далее - ЕГЭ), которые признаются в качестве результатов вступительных испытаний, и (или) по результатам вступительных испытаний, проводимых Донецким филиалом РАНХиГС самостоятельно в случаях, установленных настоящими Правилами приема;

без вступительных испытаний в соответствии с частью 4 и (или) 12 статьи 71 Федерального закона № 273-ФЗ, а также в соответствии с пунктом 8 приказа Минобрнауки России № 231 и подпункта д) пункта 2 постановления Правительства № 528);

2) на места, указанные в подпункте «в» подпункта:

по результатам вступительных испытаний, проводимых Донецким филиалом РАНХиГС самостоятельно, и (или) по результатам ЕГЭ;

без проведения вступительных испытаний в соответствии с частью 5.2 статьи 71 Федерального закона № 273-ФЗ.

Образовательная программа реализуется на русском языке.

РАЗДЕЛ II. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ ОПОП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ (ПРОФИЛЬ «МАРКЕТИНГ»)

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

Область профессиональной деятельности выпускника включает:

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

08 Финансы и экономика (в сферах: внутреннего и внешнего финансового контроля и аудита; финансового консультирования; управления рисками; организации закупок; исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий; продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий; управления проектами; контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений; консалтинга);

40 Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности (в сферах: стратегического и тактического планирования и организации производства; логистики; организации сетей поставок).

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 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») востребованы на предприятиях и в организациях: ООО «Артхаус», ООО «Макинвест», 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;
- процессы управления маркетинговой деятельностью.

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

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

№	Тип задач	Задачи профессиональной деятельности
1	Информационно-аналитический	<p>сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;</p> <p>построение внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;</p> <p>создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;</p> <p>разработка системы внутреннего документооборота организации;</p> <p>оценка эффективности проектов;</p> <p>подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;</p> <p>оценка эффективности управленческих решений</p>
2	Организационно-управленческий	<p>участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;</p> <p>планирование деятельности организации и подразделений;</p>

	<p>формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p> <p>организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);</p> <p>контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей</p>
--	---

2.5. Перечень профессиональных стандартов и описание трудовых функций

Основная профессиональная образовательная программа сопряжена с такими профессиональными стандартами:

06.043 Специалист по Интернет-маркетингу

08.040 Специалист по прогнозированию и экспертизе цен на товары, работы и услуги

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 бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») относят:

06.043 Специалист по Интернет-маркетингу

1. Обобщенная трудовая функция Н.6: «Проведение исследований в информационно-коммуникационной сети «Интернет»»:

1.1. Трудовая функция Н /01.6: «Исследование поведения конкурентов в информационно-коммуникационной сети «Интернет»».

1.2. Трудовая функция Н /02.6: «Исследование поведения пользователей в информационно-коммуникационной сети «Интернет»».

1.3. Трудовая функция Н /03.6: «Исследование спроса в информационно-коммуникационной сети «Интернет»».

2. Обобщенная трудовая функция I.6: «Разработка стратегии продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет»»:

2.1. Трудовая функция I /01.6: «Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет»».

2.2. Трудовая функция I /02.6: «Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-коммуникационной сети «Интернет»».

2.3. Трудовая функция I /03.6: «Анализ трафика на веб-сайт».

3. Обобщенная трудовая функция J.6: «Управление реализацией стратегии интернет-продвижения»:

3.1. Трудовая функция J /01.6: «Проведение работ по реализации

стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»».

3.2. Трудовая функция J /02.6: «Организация и проведение электронных рассылок».

3.3. Трудовая функция J /03.6: «Корректировка стратегии продвижения».

3.4. Трудовая функция J /04.6: «Составление отчетности по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»».

08.040 Специалист по прогнозированию и экспертизе цен на товары, работы и услуги

1. Обобщенная трудовая функция В.6: «Формирование и прогнозирование цен на товары, работы и услуги»:

1.1. Трудовая функция В/01.6: «Исследование затрат на товары, работы и услуги и их себестоимости».

1.2. Трудовая функция В/02.6: «Формирование диапазона цен на товары, работы и услуги».

1.3. Трудовая функция В/03.6: «Прогнозирование диапазона цен на товары, работы и услуги».

22.008 Специалист по маркетинговым исследованиям в области пищевой и перерабатывающей промышленности

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

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

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

Соотношение области, типов задач, задач профессиональной деятельности и объектов профессиональной деятельности (или области знания) отображено в таблице 2.1.

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	Организация и осуществление процессов закупок и сбыта, взаимодействия с потребителями и поставщиками, продвижения; оптимизация процессов закупки и сбыта	Бизнес-процессы организаций, в том числе: виды деятельности предприятия (закупочная, производственная, сбытовая, маркетинговая и т.п.), ресурсы, продукты, знания, изменения, проекты; процессы государственного и муниципального управления; процессы управления в маркетинговых системах.
	Информационно-аналитический	Оптимизация процессов закупки и сбыта, ведение документооборота, проведение исследовательских и аналитических работ внутренней и внешней среды	Бизнес-процессы организаций, в том числе: виды деятельности предприятия (закупочная, производственная, сбытовая, маркетинговая и т.п.), ресурсы, продукты, знания, изменения, проекты; процессы государственного и муниципального управления; процессы управления в маркетинговых системах.
08 Финансы и экономика	Информационно-аналитический	Организация и осуществление процессов закупок и сбыта, взаимодействия с потребителями и поставщиками, продвижения; оптимизация процессов закупки и сбыта	Бизнес-процессы организаций, в том числе: виды деятельности предприятия (закупочная, производственная, сбытовая, маркетинговая и т.п.), ресурсы, продукты, знания, изменения, проекты; процессы государственного и муниципального управления; процессы управления в маркетинговых системах.

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
	Организационно-управленческий	Оптимизация процессов закупки и сбыта, ведение документооборота, проведение исследовательских и аналитических работ внутренней и внешней среды	Бизнес-процессы организаций, в том числе: виды деятельности предприятия (закупочная, производственная, сбытовая, маркетинговая и т.п.), ресурсы, продукты, знания, изменения, проекты; процессы государственного и муниципального управления; процессы управления в маркетинговых системах.
22 Пищевая промышленность, включая производство напитков и табака	Информационно-аналитический	Организация и осуществление процессов закупок и сбыта, взаимодействия с потребителями и поставщиками, продвижения; оптимизация процессов закупки и сбыта	Бизнес-процессы организаций, в том числе: виды деятельности предприятия (закупочная, производственная, сбытовая, маркетинговая и т.п.), ресурсы, продукты, знания, изменения, проекты; процессы государственного и муниципального управления; процессы управления в маркетинговых системах.
	Организационно-управленческий	Оптимизация процессов закупки и сбыта, ведение документооборота, проведение исследовательских и аналитических работ внутренней и внешней среды	Бизнес-процессы организаций, в том числе: виды деятельности предприятия (закупочная, производственная, сбытовая, маркетинговая и т.п.), ресурсы, продукты, знания, изменения, проекты; процессы государственного и муниципального управления; процессы управления в маркетинговых системах.

РАЗДЕЛ III.
ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ
БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.03.02
МЕНЕДЖМЕНТ (ПРОФИЛЬ «МАРКЕТИНГ»)

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

3.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>ИД УК-1.1. Осуществляет сбор и первичную обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач</p> <p>ИД УК-1.2. Осуществляет сбор, группировку и анализ информации, необходимой для решения задач профессиональной деятельности</p> <p>ИД УК-1.3. Применяет законы логики и правильно оперирует основными логическими формами мышления при поиске, критическом анализе и синтезе информации.</p> <p>ИД УК-1.4. Обнаруживает формально-логические противоречия в анализируемой информации, аргументированно отстаивает свою точку зрения при решении поставленных задач.</p> <p>ИД УК-1.5. Понимает и анализирует содержание основных направлений мировой и отечественной философской мысли от древности до современности.</p> <p>ИД УК-1.6. Оперирует основными принципами философского мышления, навыками критического анализа социальных, природных и гуманитарных процессов и явлений.</p> <p>ИД УК-1.7. Применяет статистические методы для проведения статистического наблюдения в различных сферах общества и экономики</p> <p>ИД УК-1.8. Применяет методики поиска, сбора и обработки информации; находит и осуществляет систематизацию, критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применяет системный подход для решения поставленных задач направления подготовки</p> <p>ИД УК-1.9. Владеет практическими навыками поиска и анализа и синтеза информации; методикой системного подхода для решения поставленных</p>

		задач направления подготовки.
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<p>ИД УК-2.1. Применяет основные принципы, методы и инструменты математического моделирования для анализа экономических явлений и принятия управленческих решений в профессиональной деятельности</p> <p>ИД УК-2.2. Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы</p> <p>ИД УК-2.3. Умеет определять круг задач в рамках избранных видов профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов; решать поставленные задачи в рамках избранных видов профессиональной деятельности</p> <p>ИД УК-2.4. Владеет навыками применения нормативной базы и решения задач в области избранных видов профессиональной деятельности</p> <p>ИД УК-2.5. Осуществляет поиск решений проблемных ситуаций, учитывая временные и ресурсные ограничения</p> <p>ИД УК-2.6. Владеет навыками составления плана-графика реализации задач в целом и плана-контроля их выполнения</p> <p>ИД УК-2.7. Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения</p> <p>ИД УК-2.8. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач.</p> <p>ИД УК-2.9. Способен обеспечивать информационное сопровождение процесса создания результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации</p>
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p>ИД УК-3.1. Учитывает психологические особенности поведения различных групп людей при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе</p> <p>ИД УК-3.2. Определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели.</p> <p>ИД УК-3.3. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат.</p> <p>ИД УК-3.4. Способен применять на практике знания и навыки необходимые для осуществления социального взаимодействия, командной работы и эффективной управленческой деятельности в сфере управления человеческими ресурсами</p>
Коммуникации	УК-4. Способен	ИД УК-4.1. Осуществляет коммуникацию на

я	осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	иностранном языке в ситуациях повседневного общения в устной и письменной формах. ИД УК-4.2. Выбирает стиль общения на иностранном языке в зависимости от его цели и условий, адаптирует речь, стиль и язык жестов к конкретным ситуациям общения. ИД УК-4.3. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках. ИД УК-4.4. Способен осуществлять коммуникацию на иностранном языке в ситуациях профессионального общения в устной и письменной формах. ИД УК-4.5. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения профессионально ориентированных коммуникативных задач
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	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. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения. ИД УК-5.3. Демонстрирует принадлежность к российскому обществу, проявляет чувство патриотизма и гражданственности как духовно-нравственного и культурного фундамента развитой и цельной личности. ИД УК-5.4. Осознает особенности исторического пути российского государства, самобытность его политической организации. ИД УК-5.5. Понимает сущность религии как социального, исторически сложившегося феномена культуры, специфику религиозного отражения и конструирования мира и духовной структуры личности ИД УК-5.6. Анализирует причины межкультурного разнообразия общества, руководствуясь знаниями о религии, толерантно воспринимает конфессиональные различия современного социума.

		ИД УК-5.7. Формирует и аргументировано поясняет собственную мировоззренческую позицию, ценностные основания межкультурного взаимодействия и его роль в формировании общечеловеческих культурных универсалий
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИД УК-6.1. Выстраивает и реализует с учетом современных психологических знаний траекторию личностного и профессионального роста. ИД УК-6.2. Осуществляет рационализацию собственной деятельности с применением специализированных техник развития социально-психологических и нравственных характеристик личности
	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	ИД УК-7.1. Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности. ИД УК-7.2. Владеет методическими принципами физического воспитания, методами и средствами физической культуры. Самостоятельно применяет их для повышения адаптационных резервов организма и укрепления здоровья ИД УК-7.3. Владеет средствами освоения основных двигательных действий. Способен самостоятельно совершенствовать основные физические качества, формировать психические качества в процессе физического воспитания ИД УК-7.4. Владеет средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования. ИД УК-7.5. Организует рациональное рабочее место и эффективное распределение рабочего времени, отвечающее современным требованиям информационной обеспеченности
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	ИД УК-8.1. Оценивает опасности среды обитания и определяет способы снижения рисков, для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности в бытовой и профессиональной сферах. ИД УК-8.2. Владеет принципами предотвращения чрезвычайных ситуаций и/или их последствий. ИД УК-8.3. Применяет положения общевоинских уставов в повседневной деятельности подразделений, управляет строями, применяет штатное стрелковое оружие; Выполняет поставленные задачи в условиях РХБ заражения ИД УК-8.4. Пользуется топографическими картами; Оказывает первую помощь при ранениях и травмах. Имеет высокое чувство патриотизма, считает защиту Родины своим долгом и обязанностью.
Инклюзивная	УК-9. Способен	ИД УК-9.1. Обладает представлениями о принципах

компетентность	использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	недискриминационного взаимодействия при коммуникации в различных сферах жизнедеятельности, с учетом социально-психологических особенностей лиц с ограниченными возможностями здоровья ИД УК-9.2. Планирует и осуществляет профессиональную деятельность с лицами, имеющими инвалидность или ограниченные возможности здоровья. ИД УК-9.3. Взаимодействует с лицами, имеющими ограниченные возможности здоровья или инвалидность в социальной и профессиональной сферах
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИД УК-10.1. Использует современные экономические теории, модели и методы на микроуровне. ИД УК-10.2. Использует систему знаний о явлениях и процессах экономической жизни общества на макроуровне. ИД УК-10.3. Применяет методы, способы и средства решения макроэкономических проблем.
Гражданская позиция	УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	ИД УК-11.1. Знает действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней ИД УК-11.2. Умеет планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе ИД УК-11.3. Владеет навыками общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции

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 промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории.	ИД ОПК-1.1. Использует знания (на промежуточном уровне) организационной теории при решении профессиональных задач. ИД ОПК-1.2. Демонстрирует управленческие и организаторские способности при решении профессиональных задач.
ОПК-2. Способен осуществлять сбор,	ИД ОПК 2.1. Способен предлагать финансово обоснованные организационно-управленческие решения в

<p>обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем</p>	<p>профессиональной деятельности.</p> <p>ИД ОПК 2.2 Способен анализировать и оценивать риски деятельности организаций и предлагать решения по их минимизации в контексте достижения финансовой стабильности.</p> <p>ИД ОПК 2.3. Осуществляет сбор, обработку и анализ исходных данных, необходимых для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов.</p> <p>ИД ОПК 2.4. Анализирует финансовые показатели деятельности организации, диагностирует финансовое состояние для выявления возможности повышения эффективности управления; разрабатывает финансовую и управленческую отчетность.</p> <p>ИД ОПК 2.5. Оценивает потребность в ресурсах, обрабатывает и анализирует данные, способен их использование при решении задач в профессиональной деятельности</p>
<p>ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия;</p>	<p>ИД ОПК-3.1. Формирует круг задач в рамках маркетинговой деятельности организации и выбирает оптимальные способы их решения в условия имеющихся ресурсов.</p> <p>ИД ОПК-3.2. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; осуществляет декомпозицию задачи.</p> <p>ИД ОПК-3.3. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.</p> <p>ИД ОПК-3.4. Учитывает факторы, влияющие на разработку организационно-управленческих решений, механизм их реализации и социальные аспекты оценки организационно-управленческих решений в условиях сложной и динамичной среды и способы оценки их последствий.</p> <p>ИД ОПК-3.5. Обосновывает и реализует организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости в условиях сложной и динамичной среды и оценивает их последствия.</p>
<p>ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций</p>	<p>ИД ОПК-4.1. Демонстрирует навыки оценки рыночных возможностей, способен разрабатывать комплекс маркетинга и применять его инструменты, в т.ч. интегрированных маркетинговых коммуникаций</p> <p>ИД ОПК-4.2. Способен применять совокупность знаний, практик, инструментов и методов, необходимых для планирования этапов, мероприятий, контрольных точек и осуществления контроля за ходом получения результатов, достижения показателей и цели проекта (программы).</p> <p>ИД ОПК-4.3. Способен определять факторы, влияющие на проект (программу), и готовить предложения по управлению желаемыми преимуществами и/или возможными последствиями от реализации проекта (программы)</p>
<p>ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные</p>	<p>ИД ОПК-5.1. Использует современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.</p> <p>ИД ОПК-5.2. Применяет современные информационные</p>

информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	технологии при решении задач профессиональной деятельности.
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИД ОПК-6.1. Применяет на практике навыки работы с базами данных при решении профессиональных задач. ИД ОПК-6.2. Понимает принципы работы современных информационных технологий и программных средств, в том числе отечественного производства, и использует их при решении задач профессиональной деятельности.

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 Способен организовать и участвовать в проведении маркетинговых исследований	ИД ПК-1.1. Использует знания основ маркетинговых исследований; технических, маркетинговых и информационно-аналитических методов исследования; определяет источники информации и методы проведения маркетинговых исследований	Анализ опыта, ПС 06.043: ТФ Н/01.6; Н/02.6; Н/03.6
	ИД ПК-1.2. Использует основы поведения потребителей и выявляет основные поведенческие факторы и инструменты их исследования; применяет алгоритмы формирования потребительского спроса в процессе проведения маркетингового исследования	
	ИД ПК-1.3. Осуществляет сбор и обработку информации, проводит исследования конкурентов, каналов продвижения, потребителей, спроса и его изменения, товарных рынков и рынков факторов производства	
	ИД ПК-1.4. Проводит анализ цен и затрат; определяет состав цены и факторы, влияющие на затраты и себестоимость; определяет источники информации и методы проведения маркетинговых исследований в сфере ценообразования	
	ИД ПК-1.5. Обладает навыками проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения; анализирует структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства	

	ИД ПК-1.6. Понимает методы и инструменты маркетингового исследования для определения потребностей и предпочтений целевой аудитории, умеет анализировать конкурентную среду на региональном уровне	
	ИД ПК-1.7. Применяет методы и инструменты маркетингового исследования для определения потребности в закупках; выявляет факторы внешней среды, оказывающие влияние на маркетинг закупок	
	ИД ПК-1.8. Определяет подходящие маркетинговые инструменты и применяет их для проведения маркетингового исследования; систематизирует и обобщает большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; обладает знаниями особенностей конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг	
ПК-2 Способен участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию	ИД ПК-2.1. Применяет основы предпринимательства, маркетинга, менеджмента, систему инструментов маркетинга и интернет-маркетинга, вэб-дизайна, особенности функционирования современных рекламных и медийных систем и площадок; разрабатывает мероприятия по продвижению товаров (услуг)	Анализ опыта, ПС 06.043: ТФ I\01.6; I\02.6; J\01.6; J\03.6; H\01.6
	ИД ПК-2.2. Составляет планы и систему показателей эффективности продвижения, распределяет работы и выделяет ресурсы по реализации маркетинговой стратегии	
	ИД ПК-2.3. Демонстрирует навыки подбора каналов продвижения; разрабатывает показатели эффективности; обладает навыками составления стратегии продвижения; взаимодействует с участниками работ; планирует и контролирует реализацию стратегии; выявляет и устраняет причины расхождения показателей	
	ИД ПК-2.4. Обосновывает выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке; обладает знаниями особенностей функционирования современных контекстно-медийных рекламных систем и социальных медиа	
	ИД ПК-2.5. Проводит аудит веб-сайтов конкурентов; обладает знаниями основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, критерий и признаков соответствия веб-сайта текущим требованиям поисковых алгоритмов поисковых машин; использует методы, программы и сервисы лингвистической оценки текстового содержимого страниц веб-сайта	
	ИД ПК-2.6. Обладает знаниями основных инструментов вэб-аналитики для анализа данных и особенности функционирования современных веб-аналитических систем; разрабатывает SMM-	

	стратегии и планы действий	
	ИД ПК-2.7. Анализирует рынок и определяет потребности клиентов; обладает умениями работать с аналитическими инструментами для оценки эффективности маркетинговой системы; формирует предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности	
ПК-3 Способен организовывать работу по продвижению в сети «Интернет»	ИД ПК-3.1. Использует основы маркетинга и маркетинговые инструменты, в том числе в сети «Интернет»; обладает знаниями работы в программах и сервисах проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна; использует принципы и правила копирайтинга	Анализ опыта, ПС 06.043: ТФ I.6; Н.6; J.6
	ИД ПК-3.2. Применяет методы маркетинга и маркетинговые инструменты в сети «Интернет»; знает основы работы программ и сервисов проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна	
	ИД ПК-3.3. Реализует планы маркетинговых исследований, программ продвижения, электронной аналитики, рассылок, дизайна; использует сеть Интернет как площадку для проведения маркетинговых исследований	
	ИД ПК-3.4. Составляет стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; разрабатывает показатели эффективности маркетинговых коммуникаций; обосновывает выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке	
	ИД ПК-3.5/ Систематизирует и анализирует полученную информации, проводит исследования; обладает знаниями основных принципов создания бренд-стратегии в социальных сетях и онлайн-среде; разрабатывает стратегию брендинга, учитывая целевую аудиторию и конкурентную среду	
	ИД ПК-3.6. Применяет инструменты анализа в сети «Интернет» для определения тенденций изменения спроса; обладает навыками применения принципов, приемов и методов проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	
ПК-4 Способен организовать и проводить оперативный анализ и прогнозирование товарных рынков и рынков факторов производства	ИД ПК-4.1. Осуществляет сбор, обработку и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации; выполняет стратегический анализ, разрабатывает и осуществляет стратегию организации, направленную на обеспечение конкурентоспособности	Анализ опыта, ПС 08.040: ТФ В\03.6 ПС 22.008: ТФ В.6 ПС 22.008: ТФ В/02.6 ПС 08.035: ТФ
	ИД ПК-4.2. Осуществляет сбор и обработку информации, проводит исследования конкурентов,	

	каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения, товарных рынков и рынков факторов производства	A/01.6, A/02.6
	ИД ПК-4.3. Анализирует и применять различные методы ценообразования и составляет отчеты, аналитические записки по проведенным исследованиям	
	ИД ПК-4.4. Осуществлять анализ и прогнозирование маркетинговой –микро и макросреды; выявляет закономерности в изменениях маркетинговой среды и маркетинговой политики организации, работающей на рынке; использует методы системного анализа при рассмотрении любой рыночной ситуации как объекта с широким диапазоном внутренних и внешних причинно-следственных связей	
	ИД ПК-4.5. Понимает и применяет принципы маркетинговых исследований; использует технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования; применяет программы и сервисы исследования и поиска конкурентов в сети «Интернет»; использует методы, программы и сервисы исследования спроса	
	ИД ПК-4.6. Анализирует текущую рыночную конъюнктуру; использует методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; применяет методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства	
ПК-5 Способен планировать, организовывать и контролировать деятельность подразделения в соответствии со стратегическими целями организации	ИД ПК-5.1. Осуществляет сбор и обработку информации согласно требованиям к безопасности, качеству и прослеживаемости товаров; оценивает показатели, характеризующие надежность и достоверность маркетинговой информации, методики их оценки	Анализ опыта, ПС 22.008: ТФ В/02.6 ПС 08.035: ТФ А/02.6
	ИД ПК-5.2. Демонстрирует навыки составления системы показателей эффективности; распределяет работы и выделяет ресурсы по реализации стратегии; составляет планы и прогнозы; знает алгоритм проведения контрольных мероприятий; выявляет и устраняет причины расхождения показателей	
	ИД ПК-5.3. Подбирает каналы продвижения; разрабатывает показатели эффективности; составляет стратегии продвижения; разрабатывает рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга	
	ИД ПК-5.4. Обладает знаниями в области функционирования современных рекламных и медийных систем и площадок; применяет методы планирования и контроля; формирует предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	

	ИД ПК-5.5. Выявляет закономерности в изменениях маркетинговой среды и маркетинговой политики организации, работающей на рынке; оценивает надежность и достоверность информации для проведения анализа маркетинговой товарной политики предприятия; формирует предложения по совершенствованию товарной политики	
	ИД ПК-5.6. Обладать знаниями психологических особенностей поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях	
	ИД ПК-5.7. Обладать знаниями правил, норм и основных принципов этики делового общения	
ПК-6 Способность проведения количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	ИД ПК-6.1. Применяет теоретические знания в области маркетинга и менеджмента; обладает навыками использования технических, маркетинговых и информационно-аналитических методов исследования и анализа информации; знает требования законодательства и нормативно-правовых актов регулирующих маркетинговую деятельность	Анализ опыта, ПС 06.043: ТФ Н.6; I.6; J.6 ПС 08.040: ТФ В.6 ПС 22.008: ТФ В.6 ПС 08.035: ТФ А/02.6
	ИД ПК-6.2. Осуществляет сбор, обработку и анализ информации, проводит исследования конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения, товарных рынков и рынков факторов производства; определяет источники информации и методы проведения маркетинговых исследований; составляет отчеты и аналитические записки по проведенным исследованиям	
	ИД ПК-6.3. Пользуется навыками анализа основных этапов формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализации; проводит количественный и качественный анализ конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения; анализирует затраты и цены, сбыт, товарные рынки и рынки факторов производства; составляет аналитические записки на основе проведенных исследований	
	ИД ПК-6.4. Осуществляет постановку задач в области оценки затрат подчиненным специалистам и контролирует их исполнение; анализирует затраты с помощью различных методов; применяет порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования; формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	
	ИД ПК-6.5. Осуществляет корректировку информации о ценах на товары, работы, услуги в соответствующих информационных системах и документах; осуществляет процедуры анализа, оценки и распределения маркетинговой информации по результатам исследований;	

	<p>организовывает работу подчиненных и контролирует ее выполнение</p> <p>ИД ПК-6.6. Обрабатывает полученные данные с помощью методов статистики; использует методы прогнозирования</p>	
<p>ПК-7 Способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>ИД ПК-7.1. Осуществляет сбор, обработку и анализ информации для оценки воздействия макроэкономической среды, выявляет и анализирует рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей</p> <p>ИД ПК-7.2. Реализует мероприятия разработанные на основе полученных результатов исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения; анализирует структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства</p> <p>ИД ПК-7.3. Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования; применяет инструменты анализа для определения тенденций изменения спроса</p> <p>ИД ПК-7.4. Анализирует рынок и потребности потребителей на основе сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды организации; использует знания основ маркетинга, менеджмента; определяет характеристики потребителей</p> <p>ИД ПК-7.5. Оценивает воздействие факторов внешней среды на маркетинг закупок; анализирует цены и затраты на деятельность организации</p>	<p>Анализ опыта, ПС 06.043: ТФ Н.6; I.6; J.6 ПС 08.040: ТФ В.6 ПС 22.008: ТФ В.6</p>
<p>ПК-8 Владеть методами и программными средствами обработки информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы</p>	<p>ИД ПК-8.1.Использует знания основ маркетинга и маркетинговых исследований; руководствуется правилами ведения учета, сроками и порядком составления отчетности; понимает программные средства обработки информации</p> <p>ИД ПК-8.2. Применяет принципы и методы маркетинга; обладает навыками взаимодействия со смежными подразделениями; формирует и имеет способности ведения отчетности в соответствии с существующими стандартами, инструкциями и нормативной документацией; использует программные средства для обработки информации</p> <p>ИД ПК-8.3. Координирует и контролирует проведение работ по обработке маркетинговой информации; контролирует и анализирует сроки и условия проведения исследований; организывает и контролирует выполнение исследований в соответствии с требованиями документации</p>	<p>Анализ опыта, ПС 06.043: ТФ Н.6; I.6; J.6 ПС 08.040: ТФ В.6 ПС 22.008: ТФ В.6</p>

	ИД ПК-8.4. Работает с технологиями и инструментами для оптимизации процессов мерчандайзинга, включая использование программного обеспечения для планирования и анализа данных	
	ИД ПК-8.5. Использует профессиональные программы и сервисы, методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; анализирует текущую рыночную конъюнктуру и формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж в международном маркетинге	
	ИД ПК-8.6. Демонстрирует навыки использования корпоративных информационных систем профессионального назначения	
ПК-9 Владеет маркетинговыми технологиями управления и особенностями их применения в различных сферах маркетинга	ИД ПК-9.1. Обосновывает принятие управленческих решений на основе знаний в области маркетинга, маркетинговых исследований, поведения потребителей, менеджмента	Анализ опыта, ПС 06.043: ТФ Н.6; I.6; J.6 ПС 08.040: ТФ В.6 ПС 22.008: ТФ В.6
	ИД ПК-9.2. Применяет маркетинговые инструменты и технологии управления в международном маркетинге; использует методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; анализирует текущую рыночную конъюнктуру	
	ИД ПК-9.3. Демонстрирует навыки использования маркетинговых инструментов и технологий управления, учитывая особенности их применения в маркетинге услуг	
	ИД ПК-9.4. Планирует действия по оптимизации маркетинговой системы на основе контроллинга; взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика	
	ИД ПК-9.5. Составляет систему показателей эффективности продвижения; обосновывает выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке; контролирует показатели эффективности PR	
	ИД ПК-9.6. Использует маркетинговые инструменты и технологии управления, учитывая особенности их применения в маркетинге промышленных предприятий	
	ИД ПК-9.7. Применяет маркетинговые технологии, учитывающие особенности их применения в маркетинге вторичных ресурсов	

РАЗДЕЛ IV.
ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И
ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ
РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО

НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ (ПРОФИЛЬ «МАРКЕТИНГ»)

Содержание и организация образовательного процесса при реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 *Менеджмент* (профиль «*Маркетинг*») 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 38.03.02 *Менеджмент* (профиль «*Маркетинг*»)

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 38.03.02 *Менеджмент* (уровень бакалавриата). 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 38.03.02 *Менеджмент* (профиль «*Маркетинг*») представлен в **Приложении 1**.

4.2. Календарный учебный график по направлению подготовки 38.03.02 *Менеджмент* (профиль «*Маркетинг*»)

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 38.03.02 *Менеджмент* (профиль «*Маркетинг*») представлен в **Приложении 2**.

4.3. Рабочие программы учебных дисциплин по направлению подготовки 38.03.02 *Менеджмент* (профиль «*Маркетинг*»)

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;

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

результаты освоения дисциплины;

формы контроля;

содержание дисциплины;

характеристика образовательных технологий;

учебно-методическое и материально-техническое обеспечение дисциплины;

фонд оценочных средств (**Приложение 4**);

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

методические указания для обучающихся по усвоению дисциплины.

Рабочие программы дисциплин (модулей) по направлению подготовки 38.03.02 *Менеджмент* (профиль «*Маркетинг*») приведены в **Приложении 3**.

Рабочие программы государственной итоговой аттестации по направлению подготовки 38.03.02 *Менеджмент* (профиль «*Маркетинг*») приведены в **Приложении 6**.

4.4. Рабочая программа воспитательной работы по направлению подготовки 38.03.02 *Менеджмент* (профиль «*Маркетинг*»)

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 Донецкого филиала РАНХиГС 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 8**).

4.5. Рабочие программы практик 38.03.02 *Менеджмент* (профиль «*Маркетинг*»)

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 *Менеджмент* (профиль «*Маркетинг*») 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:

технологическая (проектно-технологическая) практика

преддипломная практика.

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

Базой для прохождения учебных и производственных практик являются структурные подразделения Донецкого филиала РАНХиГС, предприятия ДНР и РФ, некоммерческие организации.

Рабочие программы всех видов практик приведены в полном объеме в **Приложении 5.**

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 Донецком филиале РАНХиГС 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 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»)

4.7.1. Методические рекомендации по прохождению всех видов практик

Методические рекомендации по прохождению всех видов практик разработаны в соответствии с локальными актами Донецкого филиала РАНХиГС и представлены в **Приложении 7.**

4.7.2. Методические рекомендации по написанию выпускной

квалификационной работы

Методические рекомендации по написанию выпускной квалификационной работы разработаны в соответствии с локальными актами Донецкого филиала РАНХиГС и представлены в **Приложении 7**.

4.7.3 Методические рекомендации по написанию курсовых работ

Методические рекомендации по написанию курсовых работ по учебным дисциплинам «Общий менеджмент», «Маркетинговые исследования», «Маркетинговое ценообразование», «SMM и вэб-аналитика» разработаны и представлены в приложении к ОПОП ВО (**Приложение 7**).

РАЗДЕЛ V.

ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОПОП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ (ПРОФИЛЬ «МАРКЕТИНГ»)

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

5.1. Кадровое обеспечение образовательного процесса по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»)

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

Квалификация педагогических работников Донецкого филиала РАНХиГС отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и(или) профессиональных стандартах.

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

Не менее 5% численности научно-педагогических работников Донецкого филиала РАНХиГС, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых на иных условиях к реализации программы бакалавриата (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 Донецкого филиала РАНХиГС, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых на иных условиях к реализации программы бакалавриата (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 бакалавриата осуществляет канд. экон. наук, доцент Лунина В.Ю., участвующая в осуществлении научно-исследовательских (творческих) проектов по направлению подготовки

38.03.024 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 *38.03.02 Менеджмент* (профиль «Маркетинг»)

С целью обеспечения высокой эффективности учебного процесса в Донецком филиале РАНХиГС 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 Донецкого филиала РАНХиГС 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 Донецкого филиала РАНХиГС 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. Финансовые условия реализации ООП ВПО *38.03.02 Менеджмент* (профиль «Маркетинг»)

Финансовое обеспечение реализации программы бакалавриата 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 бакалавриата по данному направлению подготовки устанавливаются уполномоченным органом исполнительной власти.

РАЗДЕЛ VI.

ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ДОНЕЦКОГО ФИЛИАЛА РАНХиГС, ОБЕСПЕЧИВАЮЩАЯ РАЗВИТИЕ УНИВЕРСАЛЬНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКА

Реализация ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг») предусматривает использование всех имеющихся возможностей Донецкого филиала РАНХиГС для формирования и развития универсальных компетенций выпускников.

Международная деятельность Донецкого филиала РАНХиГС направлена на укрепление межвузовских связей в области образования, культуры, науки и просветительской деятельности и осуществляется по следующим направлениям:

- обеспечение мобильности студентов, аспирантов, преподавателей Донецкого филиала РАНХиГС;
- 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 Донецкого филиала РАНХиГС 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 Донецкий филиал РАНХиГС 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 Донецком филиале РАНХиГС действует Совет студенческого самоуправления. В его состав входят представители факультетов и председатель студенческого научного общества Донецкого филиала РАНХиГС. Возглавляет Совет студенческого самоуправления председатель. Совет определяет

стратегические пути развития студенческого самоуправления в Донецком филиале РАНХиГС, принимает решения по наиболее важным вопросам студенческой жизни, координирует ее. Руководители студенческого самоуправления всех уровней избираются на альтернативной основе путем тайного голосования студентов Донецкого филиала РАНХиГС.

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

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

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

7.1. Фонды оценочных средств проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»)

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 Донецкого филиала РАНХиГС. 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 Донецкого филиала РАНХиГС.

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 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»)

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 Донецкого филиала РАНХиГС.

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 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»)

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

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

Программа Государственной итоговой аттестации выпускников по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»)* 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 *38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»)*.

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 директората Донецкого филиала РАНХиГС.

Изменения в учебный план вносятся решением ученого совета Донецкого филиала РАНХиГС.

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»).

Разработчики ОП ОП

Коллектив разработчиков основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»):

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

В.Ю. Лунина

Рассмотрено на заседании кафедры маркетинга и логистики
(протокол № 1 от 05.11.2025 г.)

ОДОБРЕНО

на заседании ученого совета Донецкого филиала РАНХиГС
(протокол № 1 от 11.11.2025 г.)