

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»

«УТВЕРЖДАЮ»
Проректор по науке и инновациям
Х. Дж. Шамбезода
«30» 08 2022г.

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА
высшего образования**

**Направление подготовки
38.04.02 Менеджмент**

**Направленность программы
Маркетинг**

Квалификация – магистр

Форма обучения – очная/заочная

Нормативный срок освоения программы – 2/2,4 года

Душанбе-2022

Разработчики:

-зав. кафедрой менеджмента и маркетинга, кандидат экономических наук,
доцент Шарипова А.Г.;

- руководитель отдела HR ООО «55 Group» Палвонова Ш.

Рассмотрено на заседании кафедры менеджмента и маркетинга протокол № 8
от 27 марта 2021 г.)

Утверждено на заседании Ученого совета МОУ ВО «РТСУ» » (протокол № 7
от 31.03.2021 г.)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки магистратуры 38.04.02 Менеджмент, направленность программы «Маркетинг»
- 1.2. Нормативные документы
- 1.3. Перечень сокращений

РАЗДЕЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

- 2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников
- 2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС по направлению подготовки магистратуры 38.04.02 Менеджмент, направленность программы «Маркетинг»
- 2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников (по типам)

РАЗДЕЛ 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, РЕАЛИЗУЕМОЙ В РАМКАХ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ

- 3.1. Направленность образовательной программы в рамках направления подготовки магистратуры 38.04.02 Менеджмент, направленность программы «Маркетинг»
- 3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы
- 3.3. Объем программы
- 3.4. Формы обучения
- 3.5. Срок получения образования

РАЗДЕЛ 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

- 4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части
 - 4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
 - 4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
 - 4.1.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

РАЗДЕЛ 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОПОП

- 5.1 Объем обязательной части образовательной программы
- 5.2. Типы практики
- 5.3. Учебный план и календарный учебный график
- 5.4. Рабочие программы дисциплин
- 5.5. Программы практик
- 5.6. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине или практике
- 5.7. Программа государственной итоговой аттестации

РАЗДЕЛ 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОПОП

Приложения

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Основная профессиональная образовательная программа (ОПОП), реализуемая Межгосударственным образовательным учреждением высшего образования «Российско-Таджикский (Славянский) университет» (далее - Университет) по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент направленность программы «Маркетинг», представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную Университетом самостоятельно с учетом миссии и стратегии развития Университета, требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего образования, профессиональных стандартов, анализа отечественного опыта, консультаций с ведущими работодателями в выбранной отрасли.

ОПОП 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 учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы учебной и производственной практик, календарный учебный график и методические материалы.

1.2. Нормативные документы для разработки ОПОП ВО магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент. Направленность программы «Маркетинг»

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Порядок разработки примерных основных образовательных программ, проведения их экспертизы и ведения реестра примерных основных образовательных программ, утвержденный приказом Минобрнауки России от 28 мая 2014 года № 594;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденный приказом Минобрнауки России от «12» 08. 2020 года № 952;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 года № 301 (далее – Порядок организации образовательной деятельности);
- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636;
- Приказ Минобрнауки России, Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390 «О практической подготовке обучающихся»;
- Профессиональный стандарт 08.035 «Маркетолог», утвержденный приказом Минтруда и социальной защиты Российской Федерации от 4.06.2018 г. №366н;
- Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 29 сентября 2014 г. №667н «О реестре профессиональных стандартов (перечне видов профессиональной деятельности)»;
- Приказ о внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования, утвержденный Минобрнауки России №1456 от 26.11.2020 года;
- Нормативно-методические документы Минобрнауки России;
- Устав межгосударственного образовательного учреждения высшего образования «Российско-Таджикский (Славянский) университет» (далее – МОУ ВО «РТСУ»);

- Локальные нормативные и методические документы Университета.

1.3. Перечень сокращений:

- ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования;
- сетевая форма – сетевая форма реализации образовательных программ;
- ОВЗ – ограниченные возможности здоровья;
- ПС – профессиональный стандарт;
- ОТФ – обобщенная трудовая функция;
- ТФ – трудовая функция;
- ОПОП – основная профессиональная образовательная программа;
- УК – универсальные компетенции;
- ОПК – общепрофессиональные компетенции;
- ПК – профессиональные компетенции;
- ЗЕ – зачетные единицы;
- ГИА – государственная итоговая аттестация;
- ФОС - фонд оценочных средств.

Раздел 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

В рамках освоения программы магистратуры по направлению **38.04.02 Менеджмент, направленность программы «Маркетинг»**, выпускники могут готовиться к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- организационно-управленческая;
- предпринимательская.

Перечень основных объектов профессиональной деятельности выпускников:

- организации различной организационно-правовой формы (включая государственные и общественные учреждения), органы государственной и муниципальной власти;
- структурные подразделения и функциональные службы организации;
- бизнес-процессы в организации;
- внутриорганизационные и межорганизационные проекты, включая проекты инновационного развития;
- продукты и услуги.

2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки, приведен в **Приложении 1**.

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы магистратуры по направлению подготовки **38.04.02 Менеджмент, направленность программы «Маркетинг»**, представлен в **Приложении 2**.

2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников (по типам):

Таблица 2.1

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания) (при необходимости)
08 Финансы и	организационно-	– разработка и	Стратегии организации,

экономика	управленческий	реализация стратегических и тактических управленческих решений по объектам профессиональной деятельности; – определение и оценка последствий и социальной значимости разрабатываемых управленческих решений.	виды планирования организации, организационные структура, управленческие решения.
	предпринимательский	– выявление и оценка возможностей развития организации и бизнесов; – разработка и оценка бизнес-планов проектов и предприятий.	Бизнес-план, стартапы, инвестиционные проекты.

РАЗДЕЛ 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, РЕАЛИЗУЕМОЙ В РАМКАХ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ. ПРОФИЛЬ «МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ»

3.1. Направленность (профиль) образовательной программы в рамках направления подготовки **38.04.02 Менеджмент, направленность программы «Маркетинг»:**

3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: **магистр.**

3.3. Объем программы – 120 зачетных единиц (далее – з.е.).

3.4. Формы обучения: очная.

3.5. Срок получения образования:

при очной форме обучения - 2 года.

при заочной форме обучения – 2, 4 года

Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами и практиками обязательной части

4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Таблица 4.1

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ	ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как

	проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	систему, выявляя ее составляющие и связи между ними; ИУК-1.2. Осуществляет поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации. Определяет в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей разработке. Предлагает способы их решения; ИУК-1.3. Разрабатывает стратегию достижения поставленной цели как последовательность шагов, предвидя результат каждого из них и оценивая их влияние на внешнее окружение планируемой деятельности и на взаимоотношения участников этой деятельности.
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость (научную, практическую, методическую и иную в зависимости от типа проекта), ожидаемые результаты и возможные сферы их применения; ИУК-2.2. Способен видеть образ результата деятельности и планировать последовательность шагов для достижения данного результата. Формирует план-график реализации проекта в целом и план контроля его выполнения; ИУК-2.3. Организует и координирует работу участников проекта, способствует конструктивному преодолению возникающих разногласий и конфликтов, обеспечивает работу команды необходимыми ресурсами; ИУК-2.4. Представляет публично результаты проекта (или отдельных его этапов) в форме отчетов, статей, выступлений на научно-практических семинарах и конференциях; ИУК-2.5. Предлагает возможные пути (алгоритмы) внедрения в практику результатов проекта (или осуществляет его внедрение).
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию	ИУК-3.1. Вырабатывает стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели; ИУК-3.2.

	для достижения поставленной цели	<p>Учитывает в своей социальной и профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (включая критические) людей, с которыми работает/взаимодействует, в том числе посредством корректировки своих действий; ИУК-3.3.</p> <p>Обладает навыками преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон; ИУК-3.4.</p> <p>Предвидит результаты (последствия) как личных, так и коллективных действий; ИУК-3.5.</p> <p>Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды. Организует обсуждение разных идей и мнений.</p>
Коммуникация	<p>УК- 4.</p> <p>Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>ИУК- 4.1.</p> <p>Демонстрирует интегративные умения, необходимые для написания, письменного перевода и редактирования различных академических текстов (рефератов, эссе, обзоров, статей и т.д.); ИУК- 4.2.</p> <p>Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные; ИУК- 4.3.</p> <p>Демонстрирует интегративные умения, необходимые для эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях.</p>
Межкультурное взаимодействие	<p>УК-5.</p> <p>Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>ИУК-5.1.</p> <p>Адекватно объясняет особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения в процессе взаимодействия с ними, опираясь на знания причин появления социальных обычаев и различий в поведении людей; ИУК-5.2.</p> <p>Владеет навыками создания недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач.</p>
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	<p>УК-6.</p> <p>Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>ИУК-6.1.</p> <p>Находит и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития; ИУК-6.2.</p> <p>Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяя реалистические цели профессионального роста;</p>

		<p>ИУК-6.3. Планирует профессиональную траекторию с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда;</p> <p>ИУК-6.4. Действует в условиях неопределенности, корректируя планы и шаги по их реализации с учетом, имеющихся ресурсов.</p>
--	--	--

4.1.2 Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Таблица 4.2

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Знания в профессиональной сфере	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.	<p>ИОПК 1.1. знает экономическую, организационную и управленческую теорию в объеме, необходимом для решения профессиональных задач;</p> <p>ИОПК 1.2. умеет применять инновационные подходы, основанные на достижениях экономической, организационной и управленческой теорий, для решения профессиональных задач;</p> <p>ИОПК 1.3. способен обобщать и проводить критический анализ практик управления;</p> <p>ИОПК 1.4. способен применять методы обобщения и критического анализа практик управления.</p>
Информационно-аналитическая поддержка принятия решений	ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать	<p>ИОПК 2.1. знает современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа;</p> <p>ИОПК 2.2.</p>

	<p>интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач.</p>	<p>умеет разрабатывать и осуществлять исследовательский проект для информационного обеспечения принятия управленческих решений; ИОПК 2.3. умеет использовать электронные ресурсы для поиска, накопления, обработки и передачи информации; ИОПК 2.4. способен использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении управленческих и исследовательских задач; ИОПК 2.5. способен использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении управленческих и исследовательских задач.</p>
<p>Принятие решений и оценка последствий их реализации</p>	<p>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.</p>	<p>ИОПК 3.1. знает особенности поведения субъектов социально-экономических взаимодействий в зависимости от специфики среды, включая особенности кросс-культурных взаимодействий; ИОПК 3.2. умеет критически оценивать альтернативные варианты решения поставленных профессиональных задач, разрабатывать и обосновать способы их решения с учётом критериев организационной эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий; ИОПК 3.3. способен описывать проблемы и ситуации</p>

		<p>профессиональной деятельности, используя язык и аппарат менеджмента и, при необходимости, смежных экономических и социальных наук; ИОПК 3.4. умеет прогнозировать ответное поведение других участников стратегического взаимодействия (конкурентов, партнёров, подчиненных и др.).</p>
<p>Управление</p>	<p>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.</p>	<p>ИОПК 4.1. знает основы организации проектной деятельности в современных организациях; ИОПК 4.2. знает методы и техники создания бизнес-моделей и управления процессами, а также модели и методы инновационного менеджмента; ИОПК 4.3. умеет проводить анализ рынка и выявлять новые рыночные возможности; ИОПК 4.4. способен разрабатывать стратегические и тактические решения в области инновационного менеджмента; ИОПК 4.5. умеет разрабатывать и анализировать бизнес-модель организации, формировать карту бизнес-процессов; ИОПК 4.6. способен применять современные цифровые технологии поддержки проектной деятельности; ИОПК 4.7. умеет использовать современные программные продукты сопровождения бизнес-процессов в организации.</p>

Научные исследования	ОПК-5. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	ИОПК 5.1. знает современное состояние научных исследований в менеджменте и смежных областях; ИОПК 5.2. знает современные методы и средства анализа решения исследовательских задач; ИОПК 5.3. умеет критически оценивать результаты научных исследований, проводить анализ, систематизировать и оценивать результаты научных исследований; ИОПК 5.4. способен критически оценивать результаты научных исследований, проводить анализ, систематизировать и оценивать результаты научных исследований.
-----------------------------	---	---

4.1.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Таблица 4.3

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание
Тип задачи профессиональной деятельности: организационно-управленческий				
организационно-управленческая	08 Финансы и экономика	ПК-1. Способен разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управление ими в организации	ИПК 1.1. Знает: -понятийный аппарата в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов); -методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития; - инструменты бренд-	Профессиональный стандарт 08.035 «Маркетолог»

			<p>менеджмента;</p> <ul style="list-style-type: none"> -методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации; - нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; <p>ИПК 1.2.</p> <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации; -улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами; -проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов); - использовать инструменты проектного управления успешными брендами; <p>ИПК 1.3.</p> <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработкой мер по внедрению инновационных товаров (услуг); -созданием нематериальных активов (брендов) в организации и управлении ими; - разработкой и реализацией комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг); -проведением коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров 	
--	--	--	--	--

			(услуг, брендов); -подготовкой рекомендаций для принятий маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов).	
		ПК-2 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	ИПК 2.1. Знает: - инструменты маркетинговых коммуникаций; - стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно- коммуникационную и рекламную деятельность организации; - состав процесса стратегического и оперативного планирования; - организацию рекламного дела; ИПК 2.2. Умеет: - проводить внутренние и внешние коммуникации кампании; - формировать имидж и деловую репутацию организации; - продвигать товары (услуги) организации на рынок; - улучшать бизнес- процессы организации в области коммуникационной политики; - использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики; - проводить анализ	Профессиональн ый стандарт 08. 035 «Маркетолог»

			<p>результативность коммуникационной политики.</p> <p>ИПК 2.3.</p> <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработкой системы маркетинговых коммуникаций в организации; - формированием каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации; - формированием имиджа и деловой репутации организации; - организацией и проведением мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций в организации; - подготовкой рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений. 	
		<p>ПК-3</p> <p>Способен управлять персоналом и подразделениями организации</p>	<p>ИПК 3.1.</p> <p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> -методы, способы и инструменты управления персоналом; - системы, методы и формы материального и нематериального стимулирования труда персонала; -основы административного законодательства в области управления персоналом и ответственности 	<p>На основе анализа рынка труда</p>

			<p>должностных лиц;</p> <ul style="list-style-type: none"> - локальные, нормативные акты организации в области управления персоналом; - порядок заключения договоров (контрактов) - нормы этики делового общения; <p>ИПК 3.2.</p> <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать работу персонала структурного подразделения; - создавать и описывать организационную структуру, цели, задачи, функции структурного подразделения; - применять методы управления межличностными отношениями, формирования команд, развития лидерства и исполнительности, выявления талантов, определения удовлетворённости работой; - создавать и описывать организационную структуру, цели, задачи, функции структурного подразделения; - соблюдать нормы этики делового общения. <p>ИПК 3.3.</p> <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработкой планов, программ, процедур в управлении персоналом; - разработкой предложений по обеспечению персонала, формированию систем 	
--	--	--	--	--

			оценки, развития, оплаты труда, корпоративным социальны программам и социальной политике; -разработкой предложений о затратах и формированию бюджета на персонал.	
		ПК-4. Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации	ИПК 4.1. Знает: - инструменты маркетингового ценообразования; - законодательство РТ, стандарты, этические принципы, регулирующие цены и ценовую политику организаций; - методы построения систем распределения и продвижения товаров и услуг на уровне ценовых стратегий; ИПК 4.2. Умеет: - разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги); - рассчитывать цены на товары (услуги) организации; - разрабатывать средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования; - проводить маркетинговые исследования по ценам; ИПК 4.3. Владеет: - разработкой ценовой политики в организации; - созданием и реализацией стратегии формирования цен на товары (услуги) организации;	Профессиональный стандарт 08.035 «Маркетолог»

			<ul style="list-style-type: none"> - разработкой конкурентных ценовых стратегий; - внедрением системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации. 	
Тип задачи профессиональной деятельности: предпринимательская				
предпринимательская	08 Финансы и экономика	ПК-5 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	<p>ИПК 5.1. Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы проведения маркетинговых исследований в области распределения (дистрибуции) продаж; - подходы к формированию сбытовой политики организации; - законодательства РФ и международного права в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность организации; <p>ИПК 5.2. Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работать с информацией и базами данных по системе распределения; - выполнять маркетинговые действия по выбору каналов по распределения (дистрибуции); - создавать каналы распределения (дистрибуции) в организации; - оценивать результативность каналов распределения (дистрибуции); - проводить оценку сбытовой политики организации; 	Профессиональный стандарт 08.035 «Маркетолог»

			<ul style="list-style-type: none"> - управлять продажами товаров и услуг. <p>ИПК 5.3.</p> <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формированием средств и каналов распределения (дистрибуции) для взаимодействия с поставщиками, инвесторами и иными партнерами организации; - разработкой комплексной системы распределения (дистрибуции) в организации; - разработкой сбытовой политики организации; - совершенствованием системы распределения (дистрибуции) в организации. 	
		<p>ПК-6</p> <p>Способен организовать электронную коммерцию</p>	<p>ИПК 6.1.</p> <p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - нормативную базу в области управления электронной коммерции; - основы SMM; - основы таргетинга - digital-marketing; - основы продвижения через web-платформы <p>ИПК 6.2.</p> <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять нормативную документацию в области управления электронной коммерции; - применять основные инструменты продвижения продуктов в сети – интернет. <p>ИПК 6.3.</p> <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - продвижением в SMM; 	<p>На основе анализа рынка труда</p>

			- таргетингом в социальных сетях; -настраиванием рекламы на ЦА на основных платформах в сети-интернет; -копирайтингом.	
--	--	--	--	--

Раздел 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОПОП

5.1. Объем обязательной части образовательной программы:

Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации по направлению подготовки бакалавров **38.04.02 Менеджмент - «Менеджмент организации»** составляет **71,7** процента от общего объема программы.

5.2. Типы практики.

Типы учебной практики:

- Ознакомительная практика (**обязательная часть**);

Типы производственной практики:

- Практика по профилю профессиональной деятельности (**обязательная часть**);
- Технологическая (Проектно-технологическая) практика (**обязательная часть**);
- Научно-исследовательская работа (**обязательная часть**).

Программы учебных и производственных практик содержат формулировки целей и задач практики, вытекающих из целей ОПОП ВО магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг» и направленных на закрепление и углубление теоретической подготовки студентов, приобретение ими практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

Способ проведения практик – стационарная.

5.3. Учебный план и календарный учебный график **Приложение 3,4**

Календарный учебный график, в котором указана последовательность реализации ОПОП ВО магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность «Маркетинг» включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, а также каникулы, и учебный план, составленный с учетом общих требований к условиям реализации ОПОП, сформулированных во ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность программы «Маркетинг».

В учебном плане приведена логическая последовательность освоения ОПОП ВО (дисциплин, практик), обеспечивающих формирование компетенций, указана общая трудоемкость дисциплин, модулей, практик в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в часах.

К обязательной части программы магистратуры относятся дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование универсальных, общепрофессиональных компетенций, а также профессиональных компетенций, установленных ОПОП.

5.4. Матрица и Паспорта компетенций **Приложение 5,6**

Матрица компетенций, в которой указана логическая последовательность освоения дисциплин в разрезе формируемых универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

Паспорта формирования у студентов всех обязательных универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций при освоении ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность программы «Маркетинг» и содержат информацию о логике, последовательности,

информационном и технологическом обеспечении процесса формирования каждой компетенции.

5.5. Рабочие программы дисциплин **Приложение 7**

В рабочих программах учебных дисциплин четко сформулированы конечные результаты обучения в органичной увязке с осваиваемыми знаниями, умениями и приобретаемыми компетенциями в целом по ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность программы «Маркетинг».

5.6. Программы практик **Приложение 8**

В Блок 2 «Практика» входят учебная и производственная практики. Практики представляют собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся, закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций обучающихся.

5.7. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации **Приложение 9**

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений требованиям ОПОП в Университете созданы и постоянно обновляются фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Фонды включают в себя: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, контрольных работ, коллоквиумов, зачётов и экзаменов; тесты и компьютерные тестирующие программы; примерную тематику курсовых работ, рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся. Доступ к учебно-методическим комплексам дисциплин и практик предоставляется всем студентам и преподавателям РТСУ в соответствующем разделе официального сайта Университета.

5.8. Программа государственной итоговой аттестации **Приложение 10**

Государственная итоговая аттестация магистратуры, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность программы «Маркетинг» является обязательной и осуществляется после освоения основной профессиональной образовательной программы в полном объеме.

Государственная итоговая аттестация включает в себя защиту выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации), содержание, объем, структура которой регламентируется **Положением о выпускной квалификационной работе (магистерской диссертации), утвержденным решением Ученого совета МОУ ВО РТСУ от 27.09.2017, протокол №1** и государственный экзамен по направлению подготовки и проводится в соответствии с **Положением о государственной итоговой аттестации, утвержденным решением Ученого совета университета от 02 апреля 2020 года протокол №7.**

РАЗДЕЛ 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОПОП

6.1. Требования к условиям реализации программы магистратуры включают в себя общесистемные требования, требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям реализации программы бакалавриата, а также требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата.

6.2. Общесистемные требования к реализации программы магистратуры.

6.2.1. Организация располагает на праве собственности или ином законном основании материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы бакалавриата по Блоку 1

«Дисциплины (модули)» и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» в соответствии с учебным планом.

6.2.2. Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Организации из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), как на территории Организации, так и вне ее. Электронная информационно-образовательная среда Организации обеспечивает: доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программам практик; формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы. В случае реализации программы бакалавриата с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий электронная информационно-образовательная среда Организации дополнительно обеспечивает: фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата; проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий; взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет». Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации.

6.2.3. При реализации программы магистратуры в сетевой форме требования к реализации программы магистратуры обеспечиваются совокупностью ресурсов материально-технического и учебно-методического обеспечения, предоставляемого организациями, участвующими в реализации программы магистратуры в сетевой форме.

6.3. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы магистратуры.

6.3.1. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой магистратуры, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется 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 Организации. Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

6.3.2. Организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

6.3.3. При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

6.3.4. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

6.3.5. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

6.4. Требования к кадровым условиям реализации программы магистратуры.

6.4.1. Реализация программы магистратуры обеспечивается педагогическими работниками Организации, а также лицами, привлекаемыми Организацией к реализации программы магистратуры на иных условиях.

6.4.2. Квалификация педагогических работников Организации отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах.

6.4.3. Не менее 70 процентов численности педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

6.4.4. Не менее 5 процентов численности педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы бакалавриата на иных условиях (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 (иметь стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

6.4.5. Не менее 60 процентов численности педагогических работников Организации и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Организации на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

6.5. Требования к финансовым условиям реализации программы магистратуры.

6.5.1. Финансовое обеспечение реализации программы магистратуры осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством науки и высшего образования Российской Федерации.

6.6. Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе магистратуры.

6.6.1. Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе магистратуры определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки, в которой Организация принимает участие на добровольной основе.

6.6.2. В целях совершенствования программы магистратуры Организация при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе магистратуры привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников Организации.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по программе магистратуры обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

6.6.3. Внешняя оценка качества образовательной деятельности по программе магистратуры в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе магистратуры требованиям ФГОС ВО.

6.6.4. Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе магистратуры может осуществляться в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями, либо авторизованными национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, отвечающими требованиям профессиональных стандартов (при наличии), требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

Перечень профессиональных стандартов,
соответствующих профессиональной деятельности выпускников, освоивших
программу магистратуры по направлению подготовки
38.04.02 Менеджмент
Направленность программы «Маркетинг».

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта
08 Финансы и экономика		
1.	08.035	Профессиональный стандарт 08.035 «Маркетолог», утвержденный приказом Минтруда и социальной защиты Российской Федерации от 4.06.2018 г. №366н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 21 июня 2018 г., регистрационный № 51397)

**Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника
программы бакалавриата
по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент.
Направленность программы «Маркетинг»**

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
08.035 «Маркетолог»	В	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	7	Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	В/01.7	7
			7	Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	В/02.7	7
			7	Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	В/03.7	7
			7	Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	В/04.7	7