

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»

Принята решением
Ученого совета университета
протокол № 10
от «26» октября 2018 г.



А.В. Якуб

от «26» октября 2018 г.

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**Направление подготовки (специальность)
38.04.02 Менеджмент**

**Наименование направленности (профиля)
Маркетинг**

**Квалификация (степень)
МАГИСТР**

Виды профессиональной деятельности:
**организационно-управленческая
аналитическая
научно-исследовательская**

Тип программы: **прикладной**

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент направленность (профиль) «Маркетинг» разработана коллективом авторов:

ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»
доцент кафедры Инновационного и
проектного управления Г.Е. Чернобаева



ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»
зав. кафедрой Инновационного и
проектного управления С.Н. Апенько



ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»
Профессор кафедры Инновационного и
проектного управления С.А. Мамонтов



Эксперты (работодатели и др.):

Омский филиал ПАО «Ростелеком»,
Руководитель группы маркетинга Коньшунова А.Ю.

ООО «Дриада»,
директор Быков С.В.



Программа рассмотрена на заседании ученого совета экономического факультета
(протокол № 3 от «8» мая 2018 г.)

Программа разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.02. Менеджмент, утвержденного Минобрнауки, приказ №322 от 30 марта 2015.

Декан экономического факультета



Т.Ю. Стукен

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

- 1.1 Сроки получения образования по реализуемым формам обучения
- 1.2 Направленность (профиль) образовательной программы
- 1.3 Область профессиональной деятельности
- 1.4 Объекты профессиональной деятельности
- 1.5 Вид (виды) профессиональной деятельности выпускника
- 1.6 Тип образовательной программы
- 1.7 Планируемые результаты освоения образовательной программы
- 1.8 Характеристика профессиональной деятельности
- 1.9 Сведения о профессорско-преподавательском составе
- 1.10 Сведения о материально-техническом обеспечении, необходимом для реализации программы
- 1.11 Дополнительные характеристики программы.

2. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

- 2.1 Карта компетенций
- 2.2 Учебный план подготовки с учетом направленности (профиля) программы, включая календарный учебный график
- 2.3 Рабочие программы дисциплин (модулей)
- 2.4 Программы практик
- 2.5 Программа государственной итоговой аттестации

3. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

4. ПРИЛОЖЕНИЯ:

Приложение 1 Карта компетенций выпускника по направлению подготовки. Матрица компетенций

Приложение 2 Учебный план (включая календарный учебный график)

Приложение 3 Рабочие программы дисциплин (модулей)

Приложение 4 Программы практик

Приложение 5 Программа государственной итоговой аттестации

Приложение 6 Сведения о материально-техническом обеспечении, необходимом для реализации образовательной программы

Приложение 7 Адаптированная профессиональная образовательная программа

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

1.1 Сроки получения и объем образовательной программы по реализуемым формам обучения

Объем программы составляет 120 зачетных единиц в соответствии с ФГОС ВО вне зависимости от формы обучения.

Срок получения образования по программе составляет 2 года по очной, 2 года бмесецев по очно-заочной форме обучения.

1.2 Направленность (профиль) образовательной программы

Направленность (профиль) образовательной программы 38.04.02. Менеджмент: «Маркетинг».

1.3 Область профессиональной деятельности магистров по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг» включает:

управленческую деятельность в организациях любой организационно-правовой формы, в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления;

управленческую деятельность в органах государственного и муниципального управления;

предпринимательскую и организационную деятельность в структурах, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело;

научно-исследовательскую деятельность в научных организациях, связанных с решением управленческих проблем.

1.4 Объекты профессиональной деятельности

процессы управления организациями различных организационно-правовых форм;

процессы государственного и муниципального управления;

научно-исследовательские процессы.

1.5 Виды (вид) профессиональной деятельности выпускника

организационно-управленческая;

аналитическая;

научно-исследовательская;

1.6 Тип образовательной программы:

Программа прикладной магистратуры

1.7 Планируемые результаты освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения ОПОП соответствующие ФГОС ВО соотнесенные с видами профессиональной деятельности и учитывающие профессиональные задачи, представлены в таблице 1, их связь с дисциплинами учебного плана представлены картой компетенций выпускника и матрицей компетенций (приложение 1).

- Таблица 1

Результаты освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Виды профессиональной деятельности	Профессиональные задачи (из ФГОС)	Профессиональные компетенции и (или) профессионально специализированные компетенции
Организационно-управленческая	разработка стратегий развития организаций и их отдельных подразделений	ПК 02. ПКД 01.
	руководство подразделениями предприятий и организаций разных форм собственности, органов государственной и муниципальной власти	ПК 01. ПК 03. ПКД 03. ПКД 04.
	организация творческих коллективов (команд) для решения организационно-управленческих задач и руководство ими	ПК 01.

Научно-исследовательская	организация проведения научных исследований: определение заданий для групп и отдельных исполнителей, выбор инструментария исследований, анализ их результатов, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования	ПК 06. ПК 07.
	разработка моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов	ПК 06. ПК 09.
	выявление и формулирование актуальных научных проблем	ПК 06. ПК 08. ПК 09.
	подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций	ПК 07.
Аналитическая деятельность	поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений;	ПК-04. ПКД-02.
	анализ существующих форм организации и процессов управления, разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;	ПК-05. ПКД-03.
	проведение оценки эффективности проектов с учетом фактора неопределенности;	ПК-05. ПКД-03.

При разработке ОПОП был сформирован дополнительный набор профессионально-специализированных компетенций (ПСК):

- ПКД-1 Способность интегрировать маркетинговую концепцию управления в деятельность хозяйствующих субъектов с учетом тенденций развития маркетинга, обосновывать и разрабатывать маркетинговые стратегии во взаимосвязи с общими целевыми ориентирами хозяйствующих субъектов и спецификой отраслей и сфер деятельности.
- ПКД -2 Способность обосновывать, разрабатывать и реализовывать проекты маркетинговых исследований по различным аспектам маркетинга, проектировать системы маркетинговой аналитики, маркетинговые информационные системы хозяйствующих субъектов.
- ПКД -3. Способность разрабатывать и реализовывать операционный комплекс маркетинга и его инструментарий; оценивать целесообразность и результативность маркетинговой деятельности.
- ПКД -4. Способность решать управленческие задачи, связанные с операциями международного маркетинга и осуществления внешнеэкономической деятельности.

1.8 Характеристика профессиональной деятельности

Исходя из требований профессиональных стандартов выпускник направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг» должен быть готов к выполнению профессиональных задач в соответствии с трудовыми функциями.

Профессиональные стандарты, учитываемые при разработке ОПОП:

1. Профессиональный стандарт: 08.035. Маркетолог (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 июня 2018 г. N 366н).
2. Профессиональный стандарт: 06.009. Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г. N 535н).

3. Профессиональный стандарт: 325. Специалист в области маркетинга детских товаров (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от «26» декабря 2014 г. №1176н).
4. Профессиональный стандарт 558: Специалист в сфере закупок (утв. приказом Минтруда России от 10.09.2015 № 625н)

Таблица 2

Сопоставление профессиональных задач и трудовых функций

Профессиональные задачи (из ФГОС)	Обобщенные трудовые функции (ОТФ), трудовые функции (ТФ)
Разработка стратегий развития организаций и их отдельных подразделений	Стратегическое планирование в области маркетинга, разработка маркетинговых интернет и иных стратегий
Руководство подразделениями предприятий и организаций разных форм собственности, органов государственной и муниципальной власти	Управление персоналом в подразделениях, реализующих как общие (департамент маркетинга, отдел маркетинга, служба маркетинга), так и частные функции маркетинга
Организация творческих коллективов (команд) для решения организационно-управленческих задач и руководство ими	Формирование команд специалистов с целью реализации маркетинговых проектов и программ, управление командами маркетинговых проектов
Организация проведения научных исследований: определение заданий для групп и отдельных исполнителей, выбор инструментария исследований, анализ их результатов, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования	Решение отдельной научно-исследовательской задачи в области маркетинга, Выбор методов и способов решения отдельных научно-исследовательских задач, Постановка научно-исследовательских задач и координация их решения в соответствии с логикой исследования. Доведение до всеобщего сведения научных результатов
Разработка моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов	Выбор методов и способов решения отдельных научно-исследовательских задач в области маркетинга
Выявление и формулирование актуальных научных проблем	Выявлять и формулировать актуальные научные проблемы
Подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций	Организовывать практическое использование результатов научных (научно-технических, экспериментальных) разработок (проектов), в том числе публикации. Продвигать результаты собственной научной деятельности
Поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений;	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации для принятия обоснованных стратегических и оперативных маркетинговых решений
Анализ существующих форм организации и процессов управления, разработка и Обоснование предложений по их совершенствованию;	Осуществлять анализ существующих в организации технологий и отдельных методов маркетингового управления и разрабатывать обоснованные предложения по их совершенствованию
Проведение оценки эффективности проектов с учетом фактора неопределенности;	Оценивать результативность разработанных и реализованных маркетинговых проектов носящих оперативный и стратегический характер.

Примерные должности

- исполнитель или руководитель среднего или высшего уровня в различных службах маркетингового управления предприятием или организацией (генеральный директор, директор по маркетингу, коммерческий директор, руководитель товарного направления, начальник отдела маркетинга, начальник отдела рекламы, менеджер по маркетингу, начальник отдела продаж, менеджер по ключевым клиентам);

- специалист или руководитель в консалтинговой, обучающей, научно-исследовательской, аналитической компании, оказывающей услуги или осуществлявшей исследования в области маркетинга;

- предприниматель, осуществляющий любые виды предпринимательской деятельности.

Примерные должности в соответствии с **Квалификационным справочником должностей** руководителей, специалистов и других служащих: генеральный директор, заместитель директора по коммерческим вопросам, заместитель директора по связям с общественностью, менеджер по рекламе, менеджер по связям с общественностью, начальник отдела маркетинга, начальник отдела по связям с инвесторами, начальник отдела сбыта, дилер, специалист по маркетингу, специалист по связям с инвесторами, научный работник.

Типы организаций

организации любой организационно-правовой формы, осуществляющие любые виды коммерческой и некоммерческой деятельности; органы государственной и муниципальной власти.

1.9 Сведения о профессорско-преподавательском составе

Доля штатных научно-педагогических работников (в приведенном к целочисленным значениям ставок) составляет не менее 60% от общего количества научно-педагогических работников.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу составляет не менее 70%.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации) или ученое звание (в том числе ученое звание, полученное за рубежом и признанное в Российской Федерации), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу составляет не менее 65%.

Доля работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, в общем числе работников, реализующих программу составляет не менее 25%.

Общее руководство научным содержанием программы магистратуры осуществляется штатным научно-педагогическим работником образовательной организации, имеющим ученую степень, осуществляющим самостоятельные научно-исследовательские (творческие) проекты (участвующим в осуществлении таких проектов) по направлению подготовки, имеющим ежегодные публикации по результатам деятельности в ведущих отечественных и (или) зарубежных рецензируемых научных журналах и изданиях, а также осуществляющим ежегодную апробацию результатов указанной научно-исследовательской (творческой) деятельности на национальных и международных конференциях.

1.10 Сведения о материально-техническом и учебно-методическом обеспечении, необходимом для реализации программы

1.10.1 Реализация основной профессиональной образовательной программы обеспечивается материально-технической базой, указанной в приложении 6.

1.10.2 Реализация основной профессиональной образовательной программы обеспечивается одновременным доступом не менее 100 % обучающихся к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке).

В образовательном процессе используются электронно-библиотечные системы: ЭБС "Лань" и Университетская библиотека онлайн.

Доступ осуществляется из любой точки сети Интернет после первичной регистрации в библиотеке ОмГУ. Возможна удаленная регистрация в ЭБС по персональному коду, который можно получить в библиотеке университета.

В случае неиспользования электронно-библиотечной системы (электронной библиотеки) обучающимся обеспечен доступ к комплектам библиотечного фонда из расчета не менее 50 экземпляров каждого из изданий основной литературы, перечисленных в рабочих программах дисциплин и практик, и не менее 25 экземпляров дополнительной литературы на 100 обучающихся.

2. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В соответствии нормативными документами Министерства образования и науки РФ и ФГОС ВО содержание и организация образовательного процесса при реализации ОПОП регламентируется:

- учебным планом с учетом направленности (профиля);
- календарным учебным графиком;
- рабочими программами дисциплин (модулей);
- программами практик;
- программой ГИА;
- оценочными средствами для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, которые включены в рабочие программы дисциплин (модулей), в программы практик, в программы государственной итоговой аттестации;
- методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий (представлены в рабочих программах дисциплин, практик, в программе ГИА)

2.1 Матрица (карта) компетенций

В карте компетенций представлены компетенции, которые должны быть сформированы у выпускника в результате освоения программы магистратуры: все общекультурные компетенции ОК-01–ОК-03; все общепрофессиональные компетенции ОПК-01–ОПК-03; все профессиональные компетенции, соответствующие видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа, ПК-01–ПК-09. Для усиления и углубления профессиональной подготовки был сформирован дополнительный набор профессиональных компетенций (ПКД): ПКД-1 – ПКД-4.

2.2 Учебный план направления подготовки с учетом направленности (профиля) программы, включая календарный учебный график

Учебный план 38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг» и календарный учебный график являются составной частью образовательной программы.

Учебный план включает:

- все учебные дисциплины;
- виды и типы практик;
- все виды аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации выпускников.

2.3 Рабочие программы дисциплин (модулей)

Рабочие программы дисциплин (модулей) (приложение 3) являются составной частью образовательной программы и включают в себя оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

2.4 Программы практик

Образовательной программой предусмотрены следующие виды и типы практик:

Учебная и производственная, в том числе преддипломная, практики.

Типы учебной практики: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков.

Способы проведения учебной практики: выездная; стационарная.

Типы производственной практики:

практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в том числе технологическая практика, педагогическая практика);

НИР.

Способы проведения производственной практики:

стационарная;

выездная.

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной.

Программы практик являются составной частью образовательной программы и включает в себя перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, а также фонды оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

2.5 Программа государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация выпускника является обязательной и осуществляется на последнем этапе освоения образовательной программы.

Государственная итоговая аттестация включает:

- Государственный экзамен (подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена);
- Защиту выпускной квалификационной работы (включая подготовку к защите и процедуру защиты).

Программа государственной итоговой аттестации является составной частью образовательной программы (приложение 5) и содержит:

- программу государственного экзамена (перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен, рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену, перечень рекомендуемой литературы, процедура (регламент) проведения и т.п.);
- требования к выпускным квалификационным работам и порядку их выполнения (примерные темы выпускных квалификационных работ), рекомендации обучающимся по подготовке выпускной квалификационной работы, требования к оформлению, требования к докладу, порядку его подготовки, перечень рекомендуемой литературы, процедура проведения и т.п.);
- фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации.

3 ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Документы, указанные в разделах 1 и 2, хранятся в соответствии с номенклатурой дел университета.

Принят решением
Ученого совета университета
Протокол № 13
от 25.10.2019



«Утверждаю»
Врио ректора _____ Р.Г. Смелик
25.10.2019

Лист изменений основной профессиональной образовательной программы высшего образования 38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) – «Маркетинг», принятой решением Ученого совета университета 26.10.2018, утвержденной ректором 26.10.2018.

1. Раздел I после слов «Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования» дополнить следующей информацией:

Цель программы - формирование компетенций в области управленческой, предпринимательской, организационной, научно-исследовательской деятельности, позволяющих решать профессиональные маркетинговые задачи.

Особенностью программы является её акцент на методологические и проектные составляющие маркетинга, понимание системности и целостности маркетинговой деятельности, содержательная ориентация на текущие запросы и тенденции рынка труда маркетологов.

Изменения одобрены ученым советом экономического факультета 22.10.2019, протокол № 2.

Декан, председатель ученого совета
экономического факультета

Т.Ю. Стукен