Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

ПРИНЯТО:
Ученым советом
ФГБОУ ВО «Луганский
государственный университет
имени Владимира Даля»
«19» 05 2023 года
протокол № 8

УТВЕРЖДЕНО:
Приказом ректора
ФГБОУ ВО «Луганский
государственный университет
имени Владимира Даля»
от «22» 05 2023 года
№ 342-04

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки
38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа
«Маркетинг»

Форма обучения
очная, заочная

Луганск
2023

Лист согласования ОПОП ВО

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки __38.04.02 Менеджмент ,
(код и наименование направления подготовки)

магистерской программе __Маркетинг_
(наименование магистерской программы)

разработана кафедрой _маркетинга_
(название кафедры)

Разработчики ОПОП ВО:

1. Руководитель образовательной программы – Максимова Татьяна Семеновна, заведующий кафедрой маркетинга, доктор экономических наук, профессор
   «15» 03 2023 г. _____
   (подпись)
2. Герцик Вера Анатольевна, доцент, кандидат экономических наук, доцент
   «15» 03 2023 г _____
   (подпись)
3. Богучарская Ирина Ивановна, доцент, кандидат экономических наук, доцент
   «15» 03 2023 г. _____
   (подпись)
4. Антипова Юлия Константиновна, доцент, кандидат экономических наук, доцент
   «15» 03 2023 г. _____
   (подпись)

Рассмотрена на заседании кафедры, протокол от «21» 03 2023 г. № 11
Заведующий кафедрой _____ Максимова Т.С.
(подпись)

Одобрена Ученым советом института управления и государственной службы протокол от «24» 03 2023 г. № 6
Председатель _____ Харьковский Р.Г.
(подпись)

Рекомендована Учебно-методическим советом ЛГУ им. В. Даля
протокол от «25» 04 2023 г. № 9
Председатель _____ Гутько Ю. И.
(подпись)

Согласована
Первый проректор _____ Гутько Ю. И.
(подпись)
«25» 04 2023 г.

Аннотация основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг»

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 952).

Данная основная профессиональная образовательная программа высшего образования представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий и форм аттестации, необходимых для реализации качественного образовательного процесса по данному направлению подготовки. Образовательная программа разработана с учетом современного уровня развития науки, культуры, экономики, техники, технологий и социальной сферы, а также с учетом потребностей регионального рынка труда.

ОПОП ВО включает в себя рецензию (-и) работодателя (-ей) на основную профессиональную образовательную программу высшего образования, учебный план, календарный учебный график, аннотации рабочих программ учебных дисциплин (модулей), рабочие программы учебных дисциплин (модулей), аннотации программ практик, программы практик, программу государственной итоговой аттестации, рабочую программу воспитания, календарный план воспитательной работы, характеристику условий, обеспечивающих реализацию образовательных технологий.

СОДЕРЖАНИЕ

Описание основной профессиональной образовательной программы высшего образования

1	Нормативная правовая база разработки ОПОП	4
2	Квалификация, присваиваемая выпускникам	4
3	Формы обучения по программе	4
4	Срок освоения программы	4
5	Объем (трудоемкость) программы	4
6	Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу *магистратуры*, могут осуществлять профессиональную деятельность	5
7	Типы задач профессиональной деятельности, к решению которых готовятся выпускники	5
8	Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО	6
9	Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы *магистратуры*	7
10	Направленность основной профессиональной образовательной программы высшего образования	9
11	Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования	9
12	Условия организации образовательной программы	17
13	Условия реализации образовательной программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья	20
	Приложение А. Рецензия работодателя на основную профессиональную образовательную программу высшего образования	22
	Приложение Б. Учебный план, календарный учебный график	23
	Приложение В. Аннотации рабочих программ учебных дисциплин (модулей)	24
	Приложение Г. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей)	25
	Приложение Д. Аннотации программ практик	26
	Приложение Е. Программы практик	27
	Приложение Ж. Программа государственной итоговой аттестации	28
	Приложение З. Рабочая программа воспитания	29
	Приложение И. Календарный план воспитательной работы	30

ОПИСАНИЕ
ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

1. Нормативная правовая база разработки ОПОП ВО

Нормативную правовую базу разработки ОПОП ВО составляют:

Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012-ФЗ (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2023 г.);

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 г. № 245;

нормативно-методические документы Министерства науки и высшего образования Российской Федерации;

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки (специальности) 38.04.02 Менеджмент (утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 952);

Устав ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет имени Владимира Даля»;

локальные нормативные акты ФГБОУ ВО ЛГУ им. В. Даля.

2. Квалификация, присваиваемая выпускникам – *магистр*.

3. Формы обучения по программе*:*

- очная форма;
- заочная форма.

4. Срок освоения программы:

- очная форма – 2 года;
- заочная форма – 2 года и 6 месяцев.

5. Объем (трудоемкость) программы – *120* з.е.

Структура программы		ФГОС 3++ (з.е.)	Объем программы и ее блоков (з.е.)
Блок 1	Дисциплины (модули)	*не менее 54*	81
	Обязательная часть	-	21
	Часть ОПОП, формируемая участниками образовательных отношений	-	60
Блок 2	Практика	*не менее 18*	30
	Обязательная часть	-	12
	Часть ОПОП, формируемая участниками образовательных отношений	-	18
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	*не менее 6*	9
Итого по программе подготовки магистратуры		*120*	120

6. Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу *магистратуры*, могут осуществлять профессиональную деятельность, в соответствии с п. 1.11 федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки (специальности) 38.04.02 Менеджмент (утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. № 952), включают:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии: разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

08 Финансы и экономика: организация и управление маркетинговой деятельностью; деятельность по осуществлению, контролю и управлению закупками для обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд;

21 Лёгкая и текстильная промышленность: планирование и исполнение маркетинговых мероприятий в области детских товаров.

22 Пищевая промышленность, включая производство напитков и табака: маркетинговые исследования в области пищевой и перерабатывающей промышленности.

Выпускники могут осуществлять организационно-управленческую деятельность в организации любой организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие, государственные, муниципальные) и органах государственного и муниципального управления. А также структуры, в которых выпускники могут выступать предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело.

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.

7. Типы задач профессиональной деятельности, к решению которых готовятся выпускники, в соответствии с п. 1.12 федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки (специальности) 38.04.02 Менеджмент (утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 952):

- информационно-аналитический;
- организационно-управленческий;
- научно-исследовательский.

8. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование профессионального стандарта
Область профессиональной деятельности (1) Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»		
1	06.043	«Специалист по интернет-маркетингу», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 г. № 95н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 мая 2019 года, регистрационный № 54635)
Область профессиональной деятельности (2) Деятельность по осуществлению, контролю и управлению закупками для обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд		
2	08.026	«Специалист в сфере закупок», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 10 сентября 2015г. № 625н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 7 октября 2015 года, регистрационный № 3921)
Область профессиональной деятельности (3) Организация и управление маркетинговой деятельностью		
3	08.035	«Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 г. № 366н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 21 июня 2018 года, регистрационный № 51397)
Область профессиональной деятельности (4) Планирование и исполнение маркетинговых мероприятий в области детских товаров		
4	21.003	«Специалист в области маркетинга детских товаров», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22.10.2021 № 759н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 25 ноября 2021 года, регистрационный № 65975)
Область профессиональной деятельности (5) Маркетинговые исследования в области пищевой и перерабатывающей промышленности		
5	22.008	«Специалист по маркетинговым исследованиям в области пищевой и перерабатывающей промышленности», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 02 сентября 2020 г. № 557н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 24 сентября 2020 года, регистрационный № 60007)

9. Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы *магистратуры* по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг»

Код и наименование профессио-нального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код	Уровень (подуровень) квалификации
06.043 Специалист по интернет-маркетингу	К	Стратегическое планирование интернет-компаний	7	Проведение переговоров с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	К/01.7	7
				Разработка системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта, и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	К/02.7	7
				Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	К/03.7	7
				Формирование и обоснование бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	К/04.7	7
				Контроль реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	К/05.7	7
				Составление отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	К/06.7	7
08.026 Специалист в сфере закупок	С	Экспертиза результатов закупок, приемка контракта	7	Проверка соблюдений условий контракта	С/01.7	7
				Проверка качества представленных товаров, работ, услуг	С/02.7	7

	D	Контроль в сфере закупок	8	Мониторинг в сфере закупок	D/01.8	8
				Аудит и контроль в сфере закупок	D/01.8	8
08.035 Маркетолог	B	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	B/01.7	7
				Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	B/02.7	7
				Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	B/03.7	7
				Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	B/04.7	7
	C	Управление маркетинговой деятельностью организации	8	Формирование маркетинговой стратегии организации	C/01.8	8
				Планирование и контроль маркетинговой деятельности Организации	C/02.8	8
21.003 Специалист в области маркетинга детских товаров	C	Организация маркетинговой деятельности для сбыта детских товаров	7	Формирование маркетинговой стратегии организации, работающей в области детских товаров	C/01.7	7
				Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации, работающей в области детских товаров	C/02.7	7
22.008 Специалист по маркетинговым исследованиям в области пищевой и перерабатыва-ющей промышлен-ности	C	Информационно-аналитическая поддержка принятия управленческих решений по обеспечению конкурентоспособности организации на рынках пищевой и перерабатывающей промышленности	7	Создание маркетинговой информационной системы организации для поддержки принятия управленческих решений по обеспечению конкурентоспособности организации на рынках пищевой и перерабатывающей промышленности	C/01.7	7
				Информационно-аналитическое обеспечение формирования маркетинговой стратегии организации на основе мониторинга, анализа и прогнозирования товарных рынков и рынков факторов	C/02.7	7

10. Направленность основной профессиональной образовательной программы высшего образования – «Маркетинг».

11. Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – компетенции обучающихся, установленные в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 952).

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для выработки стратегии действий по разрешению проблемной ситуации; УК-1.2. Рассматривает различные варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода, оценивает их преимущества и риски.
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения; УК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта с использованием инструментов планирования.
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1. Планирует и корректирует работу команды с учетом интересов, особенностей поведения и мнений ее членов; УК-3.2. Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды.
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для	УК-4.1. Выбирает на государственном и иностранном(ых) языках коммуникативно-приемлемые стили делового общения; УК-4.2. Осуществляет устную и письменную деловую коммуникацию с учетом социокультурных различий в процессе профессионального взаимодействия на государственном и

	академического и профессионального взаимодействия	иностранном(ых) языках.
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1. Демонстрирует уважительное отношение к социокультурным традициям различных народов, основываясь на знании культурных традиций мира (включая мировые религии, философские и этические учения), в зависимости от среды взаимодействия; УК-5.2. Умеет толерантно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1. Применяет рефлексивные методы в процессе оценки разнообразных ресурсов, используемых для решения задач самоорганизации и саморазвития.

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
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	ОПК-1.1. Решает профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления; ОПК-1.2. Проводит обобщение и критический анализ практик управления.
ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-2.1. Осуществляет деятельность, связанную с управлением проектами в профессиональной области с использованием информационно-аналитических систем; ОПК-2.2. Использует интеллектуальные информационно-аналитические методики сбора данных при решении управленческих и исследовательских задач.
ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную	ОПК-3.1. Самостоятельно принимает обоснованные организационно-управленческие решения и оценивает их эффективность с учетом социальной значимости; ОПК-3.2. Обеспечивает реализацию

эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	организационно-управленческих решений в условиях сложной (в том числе кросскультурной) и динамичной среды.
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	ОПК-4.1. Руководит проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления; ОПК-4.2. Выявляет и оценивает новые рыночные возможности, использует инструменты и методы стратегического анализа, разрабатывает стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-стратегии.
ОПК-5. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	ОПК-5.1. Проводит обобщение и критически оценивает научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполняет научно-исследовательские проекты; ОПК-5.2. Использует теоретические и эмпирические методы исследовательской деятельности.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Тип задач профессиональной деятельности: информационно-аналитический	
ПК-1. Способен осуществлять информационно-аналитическую деятельность, проводить комплексные маркетинговые исследования	ПК-1.1. Демонстрирует знания типов и видов источников информации; использует современные технологии и средства сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; применяет методы проведения маркетинговых исследований; организует и проводит маркетинговые исследования; знает и применяет методы системного анализа; использует современные методики расчета показателей и индексов для анализа рыночной конъюнктуры
ПК-2. Способен проводить сегментирование потребительского рынка и рынка товаров производственно-технического назначения и формировать стратегии позиционирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов)	ПК-2.1. Демонстрирует знания основных определений теории, принципов, этапов, методов и моделей сегментирования рынка; проводит сегментирование потребительского рынка и рынка товаров производственно-технического назначения; осуществляет оценку привлекательности рыночных сегментов и выбор целевых рынков; ПК-2.2. Осуществляет выбор и реализацию стратегий позиционирования товаров (услуг),

	нематериальных активов (брендов) на потребительском рынке и рынке товаров производственно-технического назначения.
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий	
ПК-3. Способен разрабатывать и обеспечивать реализацию маркетинговых стратегий организации на основе результатов стратегического анализа	ПК-3.1. Осуществляет интерпретацию полученных в процессе стратегического анализа результатов; формулирует выводы и рекомендации по повышению эффективности и результативности деятельности организации; разрабатывает стратегические решения исходя из целей и результатов стратегического анализа; ПК-3.2. Формирует маркетинговые стратегии организации для создания устойчивого конкурентного преимущества на рынке; анализирует взаимосвязи между функциональными стратегиями организации с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.
ПК-4. Способен разрабатывать и обеспечивать реализацию маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-4.1. Организует работу по планированию и разработке инновационных маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга; осуществляет работу по планированию и разработке инновационных маркетинговых программ; проводит оценку работы по планированию и разработке инновационных маркетинговых программ; ПК-4.2. Демонстрирует знания о многоаспектности и комплексности понятия бренда и его ценности, маркетинговых, семиотических и коммуникативно-психологических законах брендинга; имеет представление о многомерной модели восприятия бренда; знает виды брендов и умеет применять модели их построения; знает элементы идентичности и разрабатывает вербальные и визуальные идентификаторы бренда; на основе знаний современных методов проводит оценку стоимости бренда; ПК-4.3. Демонстрирует знания об объектах, субъектах и целевых группах маркетинга территорий; понятии, структуре, видах и типах имиджа территории; проводит исследование факторов, влияющих на формирования имиджа территории; понимает концепции и инструменты маркетинга города в контексте маркетинга территорий; применяет методики создания и оценки территориальных брендов; ПК-4.4. Обладает знаниями в области сущности, особенностей, функций и роли организаций некоммерческой сферы; знает классификацию, виды, типы и механизм функционирования некоммерческих организаций; понимает сущность, ключевые положения и идеи теории некоммерческого обмена; демонстрирует навыки

	применения инструментов комплекса маркетинга в деятельности некоммерческих организаций; использует знания об особенностях маркетинга в отдельных сферах функционирования некоммерческих организаций; ПК-4.5. Осуществляет работу с информационными данными для принятия маркетингового решения; подходы и методы маркетингового анализа в сфере бизнеса; применяет методы исследования поведения потребителей при воздействии на них современных маркетинговых технологий; использует навыки разработки программы нейромаркетинга на основе результатов исследования
ПК-5. Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать комплекс маркетинговых коммуникаций организации	ПК-5.1. Формирует значение кросс-культурного аспекта в инновационных маркетинговых решениях, использует коммуникативные модели и инструменты межкультурных маркетинговых коммуникаций в практической деятельности организации; ПК-5.2. Обладает знаниями основ маркетинга, маркетинговых коммуникаций, сущности и структуры комплекса маркетинговых коммуникаций, основных этапов развития рекламы; классификационные характеристики основных видов коммерческой и некоммерческой рекламы; осуществляет разработку рекламного обращения; выделяет структуру, форму и стиль рекламного обращения; применяет модели разработки рекламного обращения; знает основные понятия, задачи и алгоритм процесса медиапланирования; учитывает основные требования и подходы к разработке медиаплана; ПК-5.3. Имеет знания о сущности, содержании, функциях рекламного менеджмента; проводит рекламное исследование рынка; демонстрирует навыки планирования, организации и контроля рекламной деятельности; применяет методы оценивания влияния рекламной кампании на поведение потребительской аудитории и определения эффективности рекламных средств; ПК-5.4. Демонстрирует знания о сущности, основных понятиях и видах имиджа; цели и задачах управления имиджем организации; типологии, структуре и элементах корпоративного имиджа; знает и применяет методы оценки репутации организации, технологии формирования и управления имиджем организации.
ПК-6. Способен разрабатывать стратегию продвижения товаров (услуг), нематериальных активов	ПК-6.1. Анализирует и систематизирует информацию из различных источников; разбирается в типах маркетинговых стратегий и

(брендов) и контролировать её реализацию в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	задачах, решаемых с помощью инструментов цифрового маркетинга; понимает виды и особенности применения различных инструментов цифрового маркетинга; этапы работ при реализации маркетинговых задач в цифровой среде; применяет разработки стратегий цифрового маркетинга и выбора каналов цифровых коммуникаций для выполнения маркетинговых задач, реализуемых в информационно-телекоммуникационной сети Интернет; ПК-6.2. Демонстрирует знания о сущности, основных понятиях и методах искусственного интеллекта; знает цели, задачи, функции, области применения; анализирует возможности и ограничения использования алгоритмов глубокого обучения для проведения маркетинговых исследований и принятия управленческих решений; владеет навыками применения современных инструментов и технологий на базе искусственного интеллекта в маркетинге.
ПК-7. Способен осуществлять аудит, планирование, организацию и контроль маркетинговой деятельности организации	ПК-7.1. Демонстрирует знания сущности, целей, задач маркетингового аудита в системе рыночной деятельности предприятия; знает и применяет методы аудиторского оценивания маркетинговой среды предприятия; осуществляет аудит товарной, ценовой, коммуникационной политик и политики распределения предприятия; владеет навыками маркетингового аудита потенциала предприятия; ПК-7.2 Обладает знаниями сущности, целей, задач, функций маркетингового менеджмента; владеет навыками создания организации маркетинга на предприятии, определения функций, прав и обязанностей службы маркетинга на предприятии; способен выбирать типы маркетинговых организационных структур и определять временные формы организации маркетинга на предприятии; знает сущность, алгоритм и методику анализа маркетинговой деятельности; проводит оценку эффективности маркетинговой деятельности предприятия.
ПК-8. Способен планировать, организовывать, осуществлять реализацию и контроль логистической деятельности предприятия на основе концепции маркетинга	ПК-8.1. Знает принципы целеполагания видов и методов организационного планирования в логистике; содержание логистической концепции; функции, цели и задачи логистической деятельности; специфику логистического подхода к управлению материальными и связанными с ними информационными и сервисными потоками; разрабатывает программы осуществления организационных изменений в логистической деятельности и оценивает их эффективность; владеет методами расчета и анализа эффективности проведения логистических

	мероприятий.
Тип задач профессиональной деятельности: научно-исследовательский	
ПК-9. Способен обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями, выявлять перспективные направления, составлять программу исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	ПК-9.1. Демонстрирует знания теоретических основ, принципов и методов научных исследований; знает классификацию методов исследования и условия их применения в научной деятельности, основы применения программно-целевого подхода в процессе принятия управленческих решений; проводит исследования с применением современных техник и методик сбора данных, применяет методы их обработки и анализа, использует интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении исследовательских задач; организует работу по подготовке и представлению результатов проведенного исследования в виде деловых и научных презентаций.

Матрица компетенций

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б 1.	**Блок 1. Дисциплины (модули)**	**УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6;; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8**
Б 1.О	*Обязательная часть*	*УК-1; УК-2; УК-4; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5*
Б1.О.01	Профессиональные коммуникации на иностранном языке	УК-4
Б1.О.02	Методология и методы научных исследований (в отрасли)	УК-1; ОПК-5
Б1.О.03	Информационные технологии в управлении проектами	УК-2; ОПК-2
Б1.О.04	Управление инновациями	ОПК-1; ОПК-4
Б1.О.05	Современный стратегический анализ	ОПК-2; ОПК-4
Б1.О.06	Современные методы управления	ОПК-3
Б 1.В	*Часть формируемая участниками образовательных отношений*	*УК-1; УК-3; УК-5; УК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8*
Б1.В.01	Межкультурные маркетинговые коммуникации	УК-5; ПК-5
Б1.В.02	Инновационный маркетинг	ПК-4
Б1.В.03	Стратегический маркетинг	ПК-3
Б1.В.04	Сегментирование рынка и позиционирование товара	ПК-1, ПК-2

Б1.В.05	Управление имиджем организации	ПК-5
Б1.В.06	Маркетинг некоммерческих организаций	ПК-4
Б1.В.07	Маркетинг территорий	ПК-4
Б1.В.08	Рекламный менеджмент	ПК-5
Б1.В.09	Цифровой маркетинг	ПК-6
Б1.В.10	Нейромаркетинг	ПК-4
Б1.В.11	Бренд-менеджмент	ПК-4
Б1.В.12	Маркетинговый аудит	ПК-7
Б1.В.13	Маркетинговый менеджмент	ПК-7
Б1.В.01	*Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)*	*УК-3; УК-6*
Б1.В.02	Эффективное лидерство и управление командой	УК-3; УК-6
Б1.В.03	Теории лидерства	УК-3; УК-6
Б1.В.04	*Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)*	*УК-1; ПК-8*
Б1.В.05	Логистический менеджмент	УК-1; ПК-8
Б1.В.06	Управление цепями поставок	УК-1; ПК-8
Б1.В.13	**Блок 2. Практика**	**УК-1; УК-4; ОПК-1; ОПК-4; ПК-1;, ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-9**
Б 2.О	*Обязательная часть*	*УК-1; УК-4; ОПК-1; ОПК-4; ПК-1*
Б2.О.01(У)	Ознакомительная практика	УК-1; ОПК-4; ПК-1
Б2.О.02(П)	Практика по профилю профессиональной деятельности	УК-4; ОПК-1; ПК-1
Б 2.В	*Часть формируемая участниками образовательных отношений*	*УК-1; ПК-1;, ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-9*
Б2.В.01(Н)	Научно-исследовательская работа	УК-1; ПК-9
Б2.В.02(Пд)	Проектно-технологическая практика	УК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6
Б 3.	**Блок 3. Государственная итоговая аттестация**	**УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9**
Б3.01	Магистерская диссертация	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5 ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9
ФТД.	**Факультативные дисциплины**	**УК-1; ПК-9**
ФТД.01	Проведение деловых и научных презентаций	ПК-9

ФТД.05	Инновационные методики преподавания маркетинговых дисциплин	УК-1

12. Условия реализации образовательной программы

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории Университета, так и вне его.

12.1. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение образовательной программы

ОПОП полностью обеспечена учебно-методической документацией по всем дисциплинам и практикам в полном соответствии с ФГОС по направлению подготовки, включая рабочие программы учебных дисциплин, практик, государственной итоговой аттестации, фонды оценочных средств, методические рекомендации по изучению дисциплины и выполнению самостоятельной работы.

Каждый учащийся имеет доступ к библиотечному фонду Университета, который сформирован по полному перечню дисциплин ОПОП. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся имеют доступ к сети Интернет в учебных аудиториях, читальных залах библиотеки Университета.

Библиотечный фонд Университета помимо учебной литературы включает официальные, справочно-библиографические и периодические издания. Каждому обучающемуся обеспечивается доступ к комплектам библиотечного фонда, состоящего не менее чем из трех-пяти наименований отечественных журналов. Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.

Университет располагает материально-технической базой, в полной мере, обеспечивающей проведение всех видов лабораторных работ и практических занятий, дисциплинарной подготовки, предусмотренных учебным планом. Материально-техническая база строго соответствует действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Реализация ОПОП обеспечивает выполнение обучающимся работ и практических занятий, включая обязательный компонент практические задания с использованием персональных компьютеров.

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин и практик.

Справка о материально-техническом обеспечении основной профессиональной образовательной программы (размещается в ЭИОС Университета).

12.2. Кадровые условия реализации образовательной программы.

Ресурсное обеспечение ОПОП вуза формируется на основе требований к условиям реализации образовательных программ, определяемых ФГОС ВО по данному направлению подготовки, действующей нормативно правовой базой.

Подготовка магистров по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент по магистерской программе «Маркетинг» осуществляется в Институте управления и государственной службы. Выпускающей кафедрой является кафедра маркетинга.

Условия реализации программы магистратуры должны соответствовать установленным в разделе 4. федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (магистерская программа «Маркетинг») разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. № 952). В частности, в соответствии с п. 4.4 указанного выше федерального государственного образовательного стандарта высшего образования при реализации программы магистратуры должны выполняться следующие требования к кадровым условиям:

реализация программы магистратуры обеспечивается педагогическими работниками Организации, а также лицами, привлекаемыми Организацией к реализации программы магистратуры на иных условиях (4.4.1.);

квалификация педагогических работников Организации должна отвечать квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии) (4.4.2.);

не менее 70 процентов численности педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), должны вести научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля) (4.4.3.);

не менее 5 процентов численности педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), должны являться 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) (4.4.4.);

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), должны иметь 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) (4.4.5.);

общее руководство научным содержанием программы магистратуры должно осуществляться научно-педагогическим работником Организации, имеющим ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации), осуществляющим самостоятельные научно-исследовательские (творческие) проекты (участвующим в осуществлении таких проектов) по направлению подготовки, имеющим ежегодные публикации по результатам указанной научно-исследовательской (творческой) 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 (4.4.6.).

Реализация ОПОП подготовки магистра по направлению 38.04.02 Менеджмент, магистерская программа «Маркетинг» обеспечена научно-педагогическими кадрами, имеющими, как правило, базовое образование, соответствующее профилю преподаваемых дисциплин.

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

Доля педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведущая научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины – более 90 %.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой ОПОП (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет), в общем числе работников, реализующих данную ОПОП ВО, составляет более 5 %.

Доля педагогических работников Организации и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Организации на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеющих 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) – более 80%.

Справка о кадровом обеспечении ОПОП (размещается в ЭИОС Университета).__

Общее руководство научным содержанием программы магистратуры осуществляется научно-педагогическим работником Организации – доктором экономических наук, профессором Максимовой Т.С.

Максимова Т.С. является руководителем научно-исследовательской работы кафедры маркетинга по теме «Формирование и развитие маркетингового инструментария предприятий в условиях цифровой экономики».

За период 2018-2022 гг. руководителем ОПОП было опубликовано 13 научных трудов, в том числе: рецензируемые монографии – 4, статьи в научных журналах ВАК ЛНР – 6, статьи в научных журналах ВАК ДНР – 3, статьи в рецензируемых научных изданиях (РИНЦ) – 5.

13. Условия реализации образовательной программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья проводится в зависимости от их индивидуальных потребностей, в том числе по индивидуальному учебному плану и с применением адаптированных программ дисциплин (модулей) и практик.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Выбор мест прохождения практик инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется с учетом их состояние здоровья и требований по доступности.

При проведении государственной итоговой аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными способностями соблюдается выполнение следующих требований:

проведение государственной итоговой аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и других обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации;

присутствие в аудитории ассистента, оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей;

пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении государственной итоговой аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;

обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывание в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов и других приспособлений).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, устно с использованием услуг сурдопереводчика);

доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода);

доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, с использованием услуг ассистента, устно).

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при проведении промежуточной аттестации увеличивается время на подготовку ответов. Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации. Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с присутствием ассистента.

Приложение А

Рецензия работодателя на основную профессиональную образовательную программу высшего образования

Приложение Б

Учебный план, календарный учебный график

Приложение В

Аннотации рабочих программ учебных дисциплин (модулей)

Приложение Г

Рабочие программы учебных дисциплин (модулей)

Приложение Д

Аннотации программ практик

Приложение Е

Программы практик

Приложение Ж

Программа государственной итоговой аттестации

Приложение 3

Рабочая программа воспитания

Приложение И

Календарный план воспитательной работы