Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
И. о. ректора
_____ В.И. Колмаков
«25» декабря 2017 г.

Образовательная программа высшего образования

Направление подготовки/специальность
38.03.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) подготовки/специализация
38.03.02.04 «Маркетинг»

Квалификация (степень)
«Бакалавр»

Форма обучения
очная

прикладной бакалавриат

Красноярск 2017

Образовательная программа высшего образования составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Директор института З.А. Васильева _____

Заведующий выпускающей
кафедрой/руководитель ОП И.В. Филимоненко _____

Руководитель группы разработчиков ОП
доцент/профессор кафедры И.В. Филимоненко _____

Разработчики
доцент кафедры В.В. Вингерт _____
доцент кафедры Е.А. Якимова _____

Представитель работодателя начальник аналитического отдела ГПКК «Губернские аптеки» А.А.Складнева _____

«26» октября 2017 г.

ОП ВО обсуждена и принята на заседании кафедры „Маркетинг"
от «15» ноября 2017 года, протокол № 3

ОП ВО принята на заседании Ученого совета института ИУБПЭ
от «17» ноября 2017 года, протокол № 2(7)

Описание образовательной программы 38.03.02.04 Маркетинг

1 Общие положения

1.1 Цель, реализуемая ОП ВО.

Программа 38.03.02.04 «Маркетинг» реализуется в СФУ в целях создания студентам условий для приобретения необходимого уровня знаний, умений, навыков для осуществления профессиональной деятельности в сфере маркетинга, формирования и развития маркетингового мышления и образа действий в вопросах эффективного управления бизнесом на региональных и международных рынках, для подготовки исследователей в области современного менеджмента, обладающих сильными аналитическими и лидерскими качествами и навыками командной работы, позволяющими решать задачи повышения конкурентоспособности собственной организации, региона и экономики страны XXI века.

1.2 Задачи, реализуемые ОП ВО 38.03.02.04 «Маркетинг»:

- развитие у студентов личностных качеств, позволяющих работать в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления, предпринимательских структурах, учреждениях системы профессионального образования, научно-исследовательских организациях;
- формирование у выпускников общепрофессиональных и профессиональных компетенции (знания, умения и навыки), необходимых и достаточных для осуществления организационно-управленческой деятельности по развитию бизнеса на основе принципов маркетинга; проведения прикладных и научных исследований по актуальным проблемам организаций на региональных и международных рынках; эффективного участия в процессах подготовки профессиональных кадров по профилю «Маркетинг».

1.3 Нормативные документы для разработки образовательной программы высшего образования:

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «12» января 2016 г. № 7;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета, магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 05 апреля 2017 г. № 301;
- нормативно-методические документы Минобрнауки России;
-Устав ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»;
- документы ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет», регламентирующие образовательный процесс в университете.

1.4 Общая характеристика

Образовательная программа бакалавриата 38.03.02.04 «Маркетинг», реализуемая в Институте управления бизнес-процессов и экономики (ИУБПЭ) ФГАОУ ВО СФУ по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент, представляет собой комплект документов, разработанную и утвержденную высшим учебным заведением самостоятельно с учетом требований рынка труда на основе федерального государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего образования (ФГОС ВО).

Образовательная программа бакалавриата (далее - ОП или бакалаврская программа) 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 практик, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

В соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 10 февраля 2009 г. № 18-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам деятельности федеральных университетов» Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Сибирский федеральный университет» (далее по тексту – Университет) должен реализовывать инновационные образовательные программы ВО, интегрированные в мировое образовательное пространство.

Настоящая ОП разработана на основе ФГОС ВО и требований, самостоятельно устанавливаемых Университетом, а также с учетом международных критериев аккредитации ОП.

1.4.1 Выпускнику ОП ВО «38.03.02.04 «Маркетинг»» присваивается квалификация бакалавр.

14.2 Срок освоения ОП ВО для очной формы обучения – 4 года в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата).

1.4.3 Трудоемкость освоения обучающимся ОП ВО - 240 зачетных единиц за весь период обучения в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ОП.

Одна зачетная единица соответствует 36 академическим часам; трудоемкость основной образовательной программы по очной форме обучения за учебный год равна 60 зачетным единицам.

1.4.4 При реализации ОП ВО по данному направлению подготовки не применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

1.4.5 Реализация ОП 38.03.02.04 «Маркетинг» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент не производится в сетевой форме.

1.4.6 Реализация ОП 38.03.02.04 «Маркетинг» по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент производится на русском языке.

1.4.7 Реализация ОП ВО адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

1.5 Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения образовательной программы высшего образования.

Предшествующий уровень образования абитуриента - среднее (полное) общее образование. Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании, или начальном профессиональном образовании, если в нем есть запись о получении предъявителем среднего (полного) общего образования, или высшем профессиональном образовании

Вступительные испытания проводятся на основе ЕГЭ, по результатам которых абитуриент может быть зачислен на данную образовательную программу.

Перечень основных компетенций, которыми должен обладать абитуриент для успешного освоения данной образовательной программы подготовки:

- умение учиться;
- умение самостоятельно учиться;
- грамотно, связно и четко излагать свои мысли в устной и письменной форме;
- адекватно понимать собеседника;
- умение логически мыслить;
- разбираться в основах естествознания;
- обладать уровнем владения иностранным языком, достаточным для свободного социального общения;
- обладать знанием основ информационных технологий.

2 Характеристика профессиональной деятельности выпускника образовательной программы 38.03.02.04 Маркетинг

2.1 Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, включает:

– организации различной организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие) и органы государственного и муниципального управления, в которых выпускники работают в качестве исполнителей и координаторов по проведению организационно-технических мероприятий и администрированию реализации оперативных управленческих решений,

– структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело.

Специфика профессиональной деятельности менеджера в области маркетинга заключается в обеспечение работы службы маркетинга в организации, её взаимодействия с другими службами и организациями различных организационно-правовых форм в целях эффективной деятельности на рынке и обеспечения конкурентоспособности с учётом особенностей потребителей и возможностей конкурентов предприятия, отраслевой специфики используемых технологий организации производства и управления.

Типы организаций и учреждений, в которых может осуществлять профессиональную деятельность выпускник по данному направлению – это частные, государственные и муниципальные предприятия различной отраслевой производственно-технологической специализации, в том числе: промышленные предприятия, сельскохозяйственные предприятия строительные предприятия, транспортные предприятия, предприятия связи, торговли, жилищно-коммунальные предприятия и др.

2.2 Объекты профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, являются:

– процессы реализации управленческих решений в организациях различных организационно-правовых форм;

– процессы реализации управленческих решений в органах государственного и муниципального управления.

А именно:

– процессы управления маркетинговой деятельностью организаций различных организационно-правовых форм, в том числе предприятий промышленного производства.

– процессы обеспечения взаимодействия служб предприятий различных организационно - правовых форм в целях эффективной деятельности на рынке с учетом требований потребителя, внутренних возможностей предприятия, отраслевой специфики, технологии, организации производства, эффективного природопользования;

– процессы государственного и муниципального управления обеспечения конкурентоспособности территорий, создания положительного имиджа и благоприятного климата для привлечения инвесторов и обеспечения качества жизни населения территорий.

2.3 Виды профессиональной деятельности:

– организационно-управленческая;
– информационно-аналитическая;
– предпринимательская.

2.4 Задачи профессиональной деятельности.

Бакалавр менеджмента должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

в области организационно-управленческой деятельности:

- участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);
- участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;
- планирование деятельности организации и подразделений;
- формирование организационной и управленческой структуры организаций;
- организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;
- разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);
- контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;
- мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;
- участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы);

информационно-аналитическая деятельность:

- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
- построение и поддержка функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;
- разработка и поддержка функционирования системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;
- разработка системы внутреннего документооборота организации;

- оценка эффективности проектов;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;
- оценка эффективности управленческих решений.

3 Планируемые результаты освоения образовательной программы 38.03.02.04 Маркетинг

В результате освоения данной ОПВО выпускник должен обладать следующими компетенциями:

Код компетенции	Содержание компетенции
Общекультурные компетенции	
ОК-1	Способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции
ОК-2	Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
ОК-3	Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
ОК-4	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК-5	Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК-6	Способность к самоорганизации и самообразованию
ОК-7	Способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК-8	Способность использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций
Общепрофессиональные компетенции	
ОПК-1	Владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности
ОПК-2	Способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений
ОПК-3	Способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия
ОПК-4	Способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации
ОПК-5	Владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового

Код компетенции	Содержание компетенции
	учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем
ОПК-6	Владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
ОПК-7	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
Профессиональные компетенции в соответствии с Организационно-управленческой деятельностью	
ПК-1	Владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры
ПК-2	Владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде
ПК-3	Владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
ПК-4	Умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации
ПК-5	Способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
ПК-6	Способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений
ПК-7	Владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижений высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ
ПК-8	Владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений
Профессиональные компетенции в соответствии с Информационно-аналитической деятельностью	

Код компетенции	Содержание компетенции
ПК-9	Способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли
ПК-10	Владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления
ПК-11	Владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов
ПК-12	Умение организовывать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)
ПК-13	Умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организации
ПК-14	Умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета
ПК-15	Умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании
ПК-16	Владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов
Профессиональные компетенции в соответствии с Предпринимательской деятельностью	
ПК-17	Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
ПК-18	Владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)
ПК-19	Владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками
ПК-20	Владение навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур
Дополнительные профессиональные компетенции с учетом направленности программы	

Код компетенции	Содержание компетенции
ДПК-1	Знание основных этапов эволюции маркетинговых компетенций, функций маркетинга в компании; умение ставить цели и задачи создания/развития службы маркетинга и реализовывать их с использованием маркетинговых технологий и инструментов
ДПК-2	Владение навыками организации и проведения качественных и количественных маркетинговых исследований, подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамики развития рынков товаров и услуг
ДПК-3	Умение использовать в маркетинговом планировании технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний с оценкой конкурентоспособности/бенчмаркингом продуктов и конкурентов
ДПК-4	Способность участвовать в разработке, позиционировании и запуске новых продуктов на рынок на основе технологий управления продуктом и ассортиментом
ДПК-5	Владение навыками разработки интеллектуальных продуктов и интеллектуального сервиса на основе маркетинга взаимодействия и взаимоотношений
ДПК-6	Умение определять приоритеты марочной стратегии компании и использовать технологии бренд-менеджмента в управлении марочными продуктами
ДПК-7	Владение навыками расчета и прогнозирования цен, скидок, надбавок и обоснования ценовых стратегий компании; организации системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж
ДПК-8	Владение методами поиска новых привлекательных рынков и продуктов и умеет их использовать в формировании маркетинговых стратегий развития организации; умение согласовывать маркетинговые программы с целями, задачами и стратегиями других функциональных служб и организации в целом
ДПК-9	Владение навыками разработки концепции рекламной кампании и способностью применения технологий медиа-планирования; умение выделять и количественно оценивать критерии эффективности рекламной кампании
ДПК-10	Умение интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций компании
ДПК-11	Умение выделять особенности организации маркетинга в сфере услуг; принимать решения по комплексу создания услуг, ценообразованию, распределению и коммуникациям
ДПК-12	Умение анализировать процессы управления взаимоотношениями с клиентами, выявлять их «узкие» места, формулировать варианты оптимизации
ДПК-13	Владение навыками работы с современными системами управления клиентской базой; обладать способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах класса CRM
ДПК-14	Способность находить и оценивать новые возможности промышленных рынков, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать стратегии развития бизнеса на рынках B2B
ДПК-15	Владение методами и способами организации и управления

Код компетенции	Содержание компетенции
	маркетинговой деятельностью в сети Интернет, методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения, уметь применять методы оценки экономической и коммуникативной эффективности маркетинговой деятельности в сети Интернет
ДПК-16	Способность выбирать и обосновывать показатели результативности маркетинговой деятельности компании. Способность применять современные информационные технология для обработки информации в соответствии с поставленной управленческой задачей , способность анализировать результаты проведенных расчетов, умение обоснованно формулировать управленческие рекомендации в области маркетинговой деятельности компании