



**УТВЕРЖДАЮ**

**Проректор по учебной работе**

**И.А. Кузнецова**

**30 мая 2023 год**

## **ОПИСАНИЕ**

**основной образовательной программы (ООП)  
высшего образования по направлению подготовки**

**38.04.02 Менеджмент**

**Направленность (профиль): Маркетинг.**

**прием 2022 год**

ООП реализуется в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 952.

- 1. Квалификация, присваиваемая выпускникам – магистр.**
- 2. Объем программы магистратуры** составляет 120 зачетных единиц.
- 3. ООП реализуется** в очной и заочной формах.
- 4. Срок получения образования по ООП:**
  - в очной форме обучения**, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 2 года;
  - в заочной форме обучения**, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 2 года 3 месяца.
- 5. При реализации ООП применяется** электронное обучение, дистанционные образовательные технологии.
- 6. Требования к уровню образования лиц, поступающих на обучение по ООП –** абитуриент должен иметь документ о высшем образовании и о квалификации.
- 7. Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие ООП, могут осуществлять профессиональную деятельность:**
  - 08 Финансы и экономика (в сфере производства продукции и услуг, включая анализ

спроса на продукцию и услуги, оценку их текущего и перспективного предложения, продвижение и продажи продукции и услуг на российском и (или) международном рынках, контроль качества, организацию логистических цепей, планирование и обслуживание финансовых потоков, связанных с производственной деятельностью);

40 Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности (в сфере проведения маркетинговых исследований).

**8. В рамках освоения ООП выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:**

- научно-исследовательский;
- организационно-управленческий.

**9. Профессиональные задачи, которые должен быть готов решать выпускник, освоивший ООП:**

научно-исследовательский тип задач профессиональной деятельности:

- проведение маркетинговых исследований для выбора продуктовой ниши и разработки продуктовой стратегии;

организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности:

- разработка маркетинговой стратегии;
- установление целей маркетинговой деятельности и управление процессом их достижения;
- разработка комплекса маркетинга;
- контроль маркетинговой деятельности в организации.

**10. Результаты освоения ООП.**

В результате освоения ООП у выпускника должны быть сформированы следующие компетенции:

**Универсальные компетенции (УК):**

УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.

УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.

УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.

УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.

### **Общепрофессиональные компетенции (ОПК):**

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-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-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) 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-5. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты.

### **Профессиональные компетенции (ПК):**

ПК(ОУ)-1. Способен разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы и управлять ими в организации.

ПК(ОУ)-2. Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации.

ПК(ОУ)-3. Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать сбытовую политику в организации.

ПК(ОУ)-4. Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации.

ПК(ОУ)-5. Способен формировать маркетинговую стратегию организации.

ПК(ОУ)-6. Способен планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации.

ПК(НИ)-1. Способен проводить исследования с целью выбора продуктовой ниши и разработки продуктовой стратегии на основе достоверной информации.

**11. Формы проведения государственной итоговой аттестации:** защита выпускной квалификационной работы.