Парамонов Александр Васильевич
Подписано цифровой подписью: Парамонов Александр Васильевич
Дата: 2024.01.15 11:44:40 +03'00'

ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Программа бакалавриата: направление подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль «Организация маркетинговой деятельности на предприятии».

Образовательная программа высшего образования реализуется в соответствии с образовательным стандартом Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (далее - Академия) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом ректора Академии от 29.03.2021 № 3036 и разработанного на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970 (Зарегистрировано в Минюсте Российской Федерации 25.08.2020, регистрационный номер №59449).

В образовательную программу внесены изменения на основании приказа ректора Академии от 07.09.2023г. № 01-24604.

Профессиональная деятельность, к выполнению которой будет готов выпускник:

08 Финансы и экономика (в сфере внутреннего и внешнего финансового контроля и аудита, финансового консультирования, управления рисками, организации закупок).

Образовательная программа разработана с учетом требований профессиональных стандартов (см. табл. 1).

Таблица 1.

№п/п	Наименование профессионального стандарта	Приказ Минтруда России		Регистрационный номер Минюста России		Гиперссылка
		номер	дата	номер	дата	
1.	Профессиональный стандарт «Маркетолог»	№366н	04.06.2018	№51397	21.06.2018	http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_300920/f7c4bbbe2af998554090ae4c3d83a60d7ce746cf/

В результате освоения образовательной программы выпускник готов к выполнению следующих обобщенных трудовых функций (далее ОТФ) и трудовых действий (далее ТФ) (табл.2):

Таблица 2

Профессиональный стандарт	ОТФ	Код	ТФ	Объем выполнения трудовых функций
ПС–08.035 «Маркетолог»	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	B/02.7	Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	в полном объеме
		B/03.7	Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	в полном объеме
		B/04.7	Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	в полном объеме

В результате освоения образовательной программы выпускник способен:

- Разрабатывать и реализовывать корпоративные, конкурентные, функциональные стратегии организации;

- Разрабатывать и реализовывать комплекс мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;
- Разрабатывать и реализовывать проекты, направленные на развитие организации;
- Разрабатывать систему внутреннего документооборота организации, включая ведение базы данных по различным показателям функционирования организации;
- Разрабатывать и осуществлять реорганизацию (реинжиниринг) бизнес-процессов;
- Разрабатывать и реализовывать бизнес-планы маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- Планировать и контролировать деятельность организации и подразделений;
- Формировать организационную и управленческую структуры организаций;
- Организовывать работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ, включая мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;
- Осуществлять сбор, обработку и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
- Осуществлять построение и поддержку функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- Оценивать эффективности проектов, бизнес-процессов, управленческих решений;
- Проводить маркетинговые исследования;
- Подготавливать отчеты по результатам информационно-аналитической деятельности.

Образовательная программа реализует профиль «Организация маркетинговой деятельности на предприятии» и обладает следующими конкурентными преимуществами: образовательная программа отличается взвешенностью, сбалансированностью и скоординированностью дисциплин, что предполагает наличие серьезной фундаментальной подготовки в области управленческих, экономических, правовых и социальных наук, сочетание с глубоким изучением прикладных дисциплин. Выпускник образовательной программы 38.03.02 Менеджмент, профиль «Организация маркетинговой деятельности на предприятии» готов и способен обеспечивать комплексную реализацию функционала в сфере организации маркетинговой деятельности на предприятии, в том числе с учетом специфики региона.

По данным региональных кадровых агентств выпускники бакалавриата, обучающиеся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Организация маркетинговой деятельности на предприятии», могут претендовать на следующие позиции:

- менеджер (старший менеджер) по работе с ключевыми клиентами;
- региональный менеджер по продажам;
- менеджер по развитию бизнеса;
- региональный операционный менеджер;
- менеджер по маркетингу;
- управляющий группой торговых марок;
- бренд-менеджер;
- менеджер по торговому маркетингу;
- менеджер по локальному маркетингу;
- PR-менеджер;
- менеджер по маркетинговым исследованиям;
- менеджер по интернет-маркетингу;
- менеджер по работе с социальными сетями;

- менеджер по рекламе;
- менеджер по управлению персоналом;
- менеджер по обучению и развитию;
- менеджер по закупкам;
- менеджер по сбыту;
- специалист по планированию;
- операционный менеджер;
- менеджер по продукту.

Широкий спектр профессий определяет для выпускников данной образовательной программы востребованность и трудоустройство сразу же после окончания бакалавриата.

Цифровые навыки, которыми будет владеть выпускник:

- навыки компьютерной грамотности и культуры использования цифровой информации;
- навыки использования компьютера для осуществления деловой коммуникации, подготовки документов разного рода (писем, таблиц, презентаций, баз данных);
- навыки поиска и анализа нормативных и правовых документов с использованием справочно-правовых систем;
- навыки аргументированного выбора и применения цифровых технологий при решении профессиональных задач;
- навыки использования отдельных программных продуктов;
- навыки проведения исследований разных типов и видов с использованием инструментов цифрового маркетинга.

Форма обучения – очная, очно-заочная. **Срок реализации программы** составляет 4 года для очной формы обучения и 4 года 6 месяцев для очно- заочной формы обучения.

Уникальность образовательной программы. Актуальность образовательной программы «Организация маркетинговой деятельности на предприятии» обусловлена потребностями регионального рынка труда в подготовке кадров для работы в организациях реального сектора экономики, иных организациях и учреждениях, а также с учетом экспертных оценок, материальной и кадровой базы института, научных направлений (школ), возможности продолжения образования.

Маркетинговый подход – это комплексная система организации производства и сбыта, ориентированная на возможно более полное удовлетворение быстро меняющихся разнообразных потребностей конкретных групп покупателей на рынке и получение на этой основе конкурентных преимуществ и устойчивой прибыли. Результативность управления определяется, прежде всего, обоснованностью методологии решения проблем, то есть подходов, принципов, методов, процедур управленческих технологий. Анализ теории и практики управления различными объектами позволил установить практику применения к менеджменту множества подходов: системного, комплексного, интеграционного, функционального, динамического, воспроизводственного, процессного, нормативного, математического, административного, поведенческого, ситуационного, маркетингового. Каждый из перечисленных подходов отражает или характеризует один из аспектов менеджмента и может быть приоритетным на конкретном этапе развития.

Область профессиональной деятельности бакалавров включает деятельность в промышленных, проектных, девелоперских, консалтинговых, строительных компаниях, компаниях АПК и сферы услуг, инвестиционных фондах и других организациях всех форм собственности.

Для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Организация маркетинговой деятельности на предприятии» созданы все необходимые

условия для планомерного и последовательного развития карьерных ориентаций, а также формирования мотивации на карьерный рост и навыки эффективного поиска работы, что позволяет существенно повысить востребованность реализуемой образовательной программы на рынке труда. Со студентами проводятся циклы дискуссий, мини-лекций, тренингов, встреч с работодателями, стажерами, для формирования у них готовности начать профессиональную карьеру. Ежегодно ведущие региональные организации и предприятия обращаются с просьбой оказать содействие в привлечении выпускников по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Организация маркетинговой деятельности на предприятии» в данные организации с целью трудоустройства. Среди них: Волго-Вятский банк ПАО «Сбербанк России», ЗАО «Торговый дом «ПЕРЕКРЕСТОК», Нижегородский филиал ПАО «РОСТЕЛЕКОМ», Горьковская железная дорога - филиал ОАО "Российские железные дороги" и многие другие.

Партнер образовательной программы. В рамках подготовки обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Организация маркетинговой деятельности на предприятии» осуществляется активное взаимодействие по вопросам практик, стажировок и трудоустройства более чем с 90 государственными организациями и 50 крупными компаниями региона (рис. 1).





Рисунок 1

В подразделе «Вакансии для студентов и выпускников» размещаются актуальные предложения от организаций, которые ищут молодых специалистов среди обучающихся и выпускников образовательной программы. От организаций поступают запросы по вопросам поиска и подбора персонала из числа студентов и выпускников образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Организация маркетинговой деятельности на предприятии». Осуществляется взаимодействие с работными порталами, такими как hh.ru и Superjob, сотрудники которых на регулярной основе проводят мастер-классы и тренинги по карьерной и профориентационной тематике для обучающихся (http://niu.ranepa.ru/news/novosti-filiala.php?ELEMENT_ID=15799).

Сектором развития карьеры и трудоустройства осуществляется взаимодействие с информационными порталами, такими как «Профстажировки 2.0» – новый механизм взаимодействия студента образовательной организации и работодателя, задействующий студенческие работы и стажировки в качестве социального лифта для молодежи https://xn--80aeliblxdekein0a.xn--p1ai/; «Молодой специалист», который направлен на улучшение развития предприятий при решении сложных кадровых задач и поднятия уровня жизни молодых соискателей при поиске достойной работы https://msrabota.ru/.

Признание качества образовательной программы

Профессионально-общественная аккредитация образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент», профиль «Организация маркетинговой деятельности на предприятии» была проведена в апреле 2020 года Торгово-промышленной палатой Чувашской Республики. Срок действия профессионально-общественной аккредитации – 30 апреля 2026 года. Свидетельство о профессионально-общественной аккредитации образовательной программы доступно по ссылке: https://niu.ranepa.ru/sveden/education/38.03.02_Menedjment.jpg

Содержание и условие реализации программы

Образовательная программа высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент», профиль «Организация маркетинговой деятельности на предприятии». включает в себя:

- следующие дисциплины (табл.3):

Таблица 3

Код	Наименование дисциплины	Объем (трудоемкость) з.е./уч.часов
Обязательная часть		
Б1.О.01	История (история России, всеобщая история)	5/180
Б1.О.02	Философия	3/108
Б1.О.03	Иностранный язык (английский)	13/468
Б1.О.04	Безопасность жизнедеятельности	2/72
Б1.О.05	Физическая культура и спорт	2/72
Б1.О.06	*Экономическая теория*	6/216
Б1.О.06.01	Микроэкономика	3/108
Б1.О.06.02	Макроэкономика	3/108
Б1.О.07	История управленческой мысли	3/108
Б1.О.08	Общий менеджмент	3/108
Б1.О.09	Теория организации	3/108
Б1.О.10	Маркетинг	3/108
Б1.О.11	Внешняя среда бизнеса	3/108
Б1.О.12	Цифровые технологии в менеджменте	4/144
Б1.О.13	Самоменеджмент	2/72
Б1.О.14	Культура речи и деловое общение	2/72
Б1.О.15	Методы принятия управленческих решений	3/108
Б1.О.16	Основы правового регулирования управленческой деятельности	2/72
Б1.О.17	Организационное поведение	3/108
Б1.О.18	Управление человеческими ресурсами	3/108
Б1.О.19	Основы финансового менеджмента	3/108
Б1.О.20	Управление проектами	2/72
Б1.О.21	Стратегический менеджмент	3/108
Б1.О.22	Социальная адаптация	2/72
Б1.О.23	Маркетинговое планирование	5/180
Б1.О.24	Учет и анализ	4/144
Б1.О.ДВ.01	*Дисциплины по цифровизации (выбор)*	2/72
Б1.О.ДВ.01.01	Цифровое общество и управление цифровой репутацией	2/72
Б1.О.ДВ.01.02	Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты	2/72
Часть, формируемая участниками образовательных отношений		
Б1.В.01	Математика	6/216
Б1.В.02	Система государственного управления	4/144
Б1.В.03	Статистика	5/180
Б1.В.04	Политология	3/108
Б1.В.05	Делопроизводство	3/108
Б1.В.06	Правовое регулирование предпринимательской деятельности	4/144
Б1.В.07	Психология управления	5/180
Б1.В.08	Основы системного анализа	5/180
Б1.В.09	Корпоративная социальная ответственность	3/108
Б1.В.10	Автоматизированные системы обработки бизнес-информации	5/180
Б1.В.11	Управление операциями	4/144
Б1.В.12	Управление закупочной деятельностью	3/108
Б1.В.13	Финансовые аспекты маркетинга	7/252
Б1.В.14	Организация маркетинга на предприятии	3/108
Б1.В.15	Методология маркетинговых исследований	6/216
Б1.В.16	Налоговая система и налоговая политика	3/108
Б1.В.17	Оценка стоимости бизнеса	2/72

Код	Наименование дисциплины	Объем (трудоемкость) з.е./уч.часов
Б1.В.ДВ.01	*Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1*	5/180
Б1.В.ДВ.01.01	Международный менеджмент и маркетинг	5/180
Б1.В.ДВ.01.02	Организация и техника внешнеторговых операций	5/180
Б1.В.ДВ.02	*Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2*	6/216
Б1.В.ДВ.02.01	Управление организационными изменениями	6/216
Б1.В.ДВ.02.02	Методы и методики инновационного менеджмента	6/216
Б1.В.ДВ.03	*Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3*	3/108
Б1.В.ДВ.03.01	Антикризисное управление	3/108
Б1.В.ДВ.03.02	Управление качеством	3/108
Б1.В.ДВ.03.03	Адаптивные информационные и коммуникативные технологии	3/108
Б1.В.ДВ.04	*Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4*	7/252
Б1.В.ДВ.04.01	Поведение потребителей	7/252
Б1.В.ДВ.04.02	Реклама и PR	7/252
Б1.В.ДВ.04.03	Технология социальной интеграции в условиях образовательной и трудовой деятельности	7/252
Б1.В.ДВ.05	*Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5*	4/144
Б1.В.ДВ.05.01	Методы реинжиниринга	4/144
Б1.В.ДВ.05.02	Логистика	4/144
Б1.В.ДВ.06	*Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6*	3/108
Б1.В.ДВ.06.01	Цифровой маркетинг	3/108
Б1.В.ДВ.06.02	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	3/108
Б1.В.ДВ.07	*Элективные дисциплины по физической культуре и спорту*	328
Б1.В.ДВ.07.01	Фитнес-аэробика	328
Б1.В.ДВ.07.02	Атлетическая гимнастика	328
Б1.В.ДВ.07.03	Баскетбол	328
Б1.В.ДВ.07.04	Волейбол	328
Б1.В.ДВ.07.05	Легкая атлетика	328
Б1.В.ДВ.07.06	Плавание	328
Б1.В.ДВ.07.07	Футбол	328
Б1.В.ДВ.07.08	Адаптивная физическая культура и спорт (физическая культура и спорт инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья)	328

- следующие практики (табл.4):

Таблица 4

Код	Наименование практики	Объем (трудоемкость) з.е/уч.часов
Б2.О.01(У)	Ознакомительная практика	11/396
Б2.В.01(П)	Проектно-технологическая практика	12/432
Б2.В.02(Пд)	Преддипломная практика	23/828

Образовательная программа реализуется на государственном языке Российской Федерации (русском языке).

Основные спикеры программы – профессорско-преподавательский состав кафедр государственного управления и менеджмента, гражданского и международного права, иностранных языков и профессионального лингвообразования, информатики и информационных технологий, истории и теории государства и права, конституционного и административного права, математического моделирования в экономике и управлении, правового обеспечения национальной безопасности, философии, социологии и психологии управления, финансов и правового регулирования финансового рынка, экономики и обеспечения экономической безопасности, физического воспитания. Система гарантии качества преподавания и компетенций преподавателей базируется на наличии высокой степени профессионализма профессорско-преподавательского состава, участвующего в реализации образовательной программы, обладании полноценными знаниями и пониманием преподаваемого предмета, наличием необходимых умений и

опыта для эффективной передачи знаний студентам в рамках учебного процесса. 75% преподавателей, реализующих образовательную программу, имеют ученую степень.

Образовательная программа высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Организация маркетинговой деятельности на предприятии» реализуется с использованием активных и интерактивных методов обучения на уроках дисциплин профессионального цикла. Активные методы обучения строятся по схеме взаимодействия «педагог-обучающийся» и предполагают равноценное участие педагога и обучающихся в учебном процессе. В процессе обучения педагог самостоятельно определяет формы и подходы к использованию активных методов обучения. При реализации ОП ВО 38.03.02 Менеджмент, профиль «Организация маркетинговой деятельности на предприятии» преподавателями, задействованными в учебном процессе, применяются следующие методы активного обучения студентов: презентации, анализ конкретных ситуаций, решение задач, решение кейс-задач реализует более 40% дисциплин учебного плана. Интерактивные методы строятся на схемах взаимодействия «педагог-обучающийся» и «обучающийся-обучающийся». Задачи интерактивных методов обучения – научить самостоятельному поиску, анализу информации и выработке правильного решения ситуации; научить работе в команде: уважать чужое мнение, проявлять толерантность к другой точке зрения; научить формировать собственное мнение, опирающееся на определенные факты.

В условиях предупреждения распространения новой коронавирусной инфекции на территории Российской Федерации Нижегородский институт управления – филиал перешел на осуществление образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий. Доля учебных дисциплин, реализуемых с использованием платформ и средств электронного обучения по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Организация маркетинговой деятельности на предприятии» в настоящее время составляет 90,0%. Реализация дисциплин осуществляется на базе платформ электронного обучения СДО ПРОМЕТЕЙ (https://sdo.niu.ranepa.ru/portal/), СДО РАНХиГС (https://lk.ranepa.ru/lms/) с использованием возможностей платформ для проведения онлайн видео-конференций и видео-вебинаров Microsoft Teams, Zoom и др.

Студенты, обучающиеся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Организация маркетинговой деятельности на предприятии» принимают активное участие в научных, научно-практических семинарах, конференциях с участием представителей работодателей.

Возможности получения дополнительной квалификации в период реализации программы – по программам Центра дополнительного образования в Нижегородском институте управления – филиале РАНХиГС.

Ссылка на образовательную программу - https://niu.ranepa.ru/sveden/education/.