

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг»

Образовательная программа по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг» (уровень бакалавриата) является программой нового поколения и разработана на основе образовательного стандарта высшего образования (далее – ОС ВО) ФГОБУ ВПО "Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации" (ОС ВО утвержден Приказом № 2571/о от 30.12.2014 г.).

Образовательная программа бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент по профилю подготовки Маркетинг имеет своей целью развитие у студентов личностных качеств, а также формирование общенаучных, инструментальных, социально-личностных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ОС ВО.

Область профессиональной деятельности выпускников по уровням подготовки включает в себя выполнение профессиональных обязанностей в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления организаций, органов государственной власти и местного самоуправления, а также предпринимательская деятельность.

Объектами профессиональной деятельности выпускников по уровням подготовки являются управленческие процессы в экономических системах различного масштаба, уровня, сфер действия и форм собственности

Видами профессиональной деятельности выпускников по уровням подготовки является управленческая деятельность в организациях, а также расчетно-аналитическая деятельность по обоснованию управленческих решений; деятельность, носящая прикладной исследовательский характер.

Профессиональные задачи выпускников по уровням подготовки следующие:

- использовать научно-теоретические и прикладные экономические и управленческие знания для управления социально-экономическими системами;

- осуществлять самостоятельный поиск, обработку, анализ, оценку и интерпретацию профессиональной информации о функционировании различных рынков и иных экономических систем;

- разрабатывать и рассчитывать, как финансово-экономические, так и нефинансовые показатели на микро-, мезо- и макроуровнях, на основе используемых в практической работе методик и в соответствии с действующей нормативно-правовой базой;

- осуществлять учетную, расчетно-аналитическую и контрольную деятельность при обосновании и исполнении управленческих, маркетинговых, а также финансово-экономических решений на микро- и макроуровнях;

- участвовать в подготовке управленческих решений по планированию, накоплению, распределению и использованию всех видов ресурсов, необходимых для деятельности экономической системы;

- управлять группой людей, обеспечивая постановку задачи, планирование, организацию и координацию работ, контроль и анализ результатов работы, используя при этом доступные методы мотивации участников группы;

- организовывать коммуникации как внутри группы (коллектива), так и вовне, выявлять заинтересованных лиц (стейкхолдеров); готовить переговоры и принимать в них участие

Подготовка ведется на основе сочетания достижений отечественного и зарубежного опыта, внедряемого в учебный процесс. К проведению занятий привлекаются ученые из других вузов, научных центров, руководители и специалисты маркетинговых служб малого, среднего и крупного бизнеса. В процессе занятий студенты обсуждают актуальные вопросы теории и практики маркетинга не только в лекционной форме, но и в форме круглых

столов, дискуссий, деловых и ситуационных игр, кейс-стади и моделирования в компьютерном классе. Доля занятий, проводимых в интерактивной форме, составляет 40 %.

Особая роль в образовательной программе отводится формированию у студентов профессиональных компетенций профиля, обеспечивающих высокую конкурентоспособность выпускников Финансового университета на рынке труда:

- владение базовыми теоретическими знаниями и практическими профессиональными навыками управления маркетинговой деятельностью организаций (ПКП-1);

- способность проводить маркетинговые исследования, изучать, прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты, использовать для принятия управленческих решений (ПКП-2);

- способность разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цены на основе исследования рыночной конъюнктуры (ПКП-3);

- способность разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг (ПКП-4);

- способность разрабатывать коммуникационные системы и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами (ПКП-5);

Руководитель образовательной программы – Карпова Светлана Васильевна, д.э.н., заведующий кафедрой «Маркетинг и логистика» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

Образовательный процесс осуществляется в Краснодарском филиале Финуниверситета. Выпускающая кафедра «Менеджмент и маркетинг»

(заведующий кафедрой – Константи́ниди Христо́фор Алекса́ндрович, к.э.н.). Среди преподавателей программы доля кандидатов и докторов наук составляет 91 %. В реализации программы участвуют следующие преподаватели: Чернявская Светлана Александровна, д.э.н., профессор; Климова Наталья Владимировна, д.э.н., профессор; Петров Игорь Валентинович, д.э.н., профессор; Воробьева Марина Алексеевна, к.пол.н.; Зинченко Наталья Владимировна, к.э.н. доцент; Кунаковская Ирина Александровна, к.э.н. доцент; Попова Алла Семеновна, к.э.н., доцент; Рубин Александр Гарриевич к.э.н.; Сорокожердьев Василий Васильевич, к.э.н., доцент; Фойгель Михаил Аркадьевич к.э.н., доцент; Бугакова Надежда Петровна, ст.преподаватель.

Все преподаватели являются авторами учебников и учебных пособий, которые используются в преподавании по профилю «Маркетинг».

В рамках реализации образовательной программы большое внимание уделяется теоретической и практической подготовке выпускников с учетом требований работодателей, в числе которых Министерство экономики Краснодарского края, департаменты государственных органов управления различного уровня, так и другие предприятия различных форм собственности, в том КРОБФ «Научно-образовательные инициативы Кубани», ООО «Южный консалтинговый центр», ООО Станкицентр Седин, ООО «Топмедиа», ООО "Академия стратегического управления", ООО "Андата", НТК «Солнечный центр», ОСАО «РЕСО - Гарантия» филиал г. Краснодара и др.). Доля преподавателей-практиков, участвующих в реализации учебного процесса, составляет 10 %. Потребность в выпускниках профиля «Маркетинг» существует у различных работодателей, включая государственные и бизнес структуры, компании реального сектора экономики, а также торговой сферы и сферы услуг.