

1. Наименование образовательной программы: образовательная программа по направлению подготовки 080200 «Менеджмент», профиль «Маркетинг» (уровень – бакалавриат) является программой нового поколения и разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» (ФГОС3 ВО).

2. Вид (виды) профессиональной деятельности, к которому (которым) готовятся выпускники.

Основными видами профессиональной деятельности являются: организационно - управленческая; информационно - методическая; коммуникативная; проектная; вспомогательно - технологическая (исполнительская).

3. Цель образовательной программы, используемые технологии обучения.

Основная цель основной образовательной программы по направлению подготовки 080200 «Менеджмент», профиль «Маркетинг» состоит в подготовке студентов к профессиональной деятельности в сфере материального производства, товарного обращения и сфере услуг, которая направлена на обеспечение функционирования предприятий различных видов деятельности и организационно-правовых форм в части, зависящей от рациональной организации маркетинговой деятельности.

Задачами основной образовательной программы являются:

– формирование у студентов знаний в области теоретических основ и закономерностей функционирования экономики, теории маркетинга, теории и практики маркетинг-менеджмента, обеспечивающих эффективность маркетинговой деятельности и способствующих решению важной социально-экономической задачи наилучшего удовлетворения потребностей потребителей;

– формирование у выпускников компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности в соответствии с

Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования;

- формирование способности приобретать новые знания, психологической готовности к изменению вида и характера своей профессиональной деятельности и обеспечение выпускника возможностью продолжения образования;

- обеспечение многообразия образовательных возможностей студентов, выбора индивидуальной программы образования;

- обеспечение подготовки специалистов, способных проявлять гибкость и активность в изменяющихся условиях рынка труда для областей деятельности, относящихся к компетенции менеджеров по маркетингу.

4. Планируемые результаты освоения образовательной программы.

Выпускник, освоивший ООП по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль "Маркетинг", подготовлен к профессиональной деятельности в следующих областях:

- управление маркетинговой деятельностью;
- планирование и проведение маркетинговых исследований и анализа;
- разработка стратегии развития предприятия;
- разработка стратегии маркетинга на предприятии;
- разработка маркетинговых рекомендаций в области товарной политики предприятия;

- разработка маркетинговых рекомендаций в области ценовой политики предприятия;

- разработка маркетинговых рекомендаций в области сбытовой политики предприятия;

- разработка и реализация маркетинговых рекомендаций по коммуникационной политике предприятия.

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):

- организационно-управленческая деятельность:

- знает основные этапы эволюции управленческой мысли (ПК-1);
- способен проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования (ПК-2);
- готов к разработке процедур и методов контроля (ПК-3);
- способен использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач (ПК-4);
- способен эффективно организовывать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципа формирования команды (ПК-5);
- владеет различными способами разрешения конфликтных ситуаций (ПК-6);
- способен к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций (ПК-7);
- способен оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений (ПК-8);
- способен анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-9);
- способен участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-10);
- способен использовать основные методы финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала (ПК-11);
- способен оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию (ПК-12);

- способен участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-13);
- владеет современными технологиями управления персоналом (ПК-14);
- готов участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента (ПК-15);
- учитывает аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации (ПК-16);
- готов участвовать в реализации программ организационных изменений, способен преодолевать локальное сопротивление изменениям (ПК-17);
- владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ПК-18);
- способен планировать операционную (производственную) деятельность организаций (ПК-19);
- владеет методами управления проектами и готов к их реализации с использованием современного программного обеспечения (ПК-20);
- готов участвовать во внедрении технологических и продуктовых инноваций (ПК-21);
- знает современные концепции организации операционной деятельности и готов к их применению (ПК-22);
- знает современную систему управления качеством и обеспечения конкурентоспособности (ПК-23);
- способен решать управленческие задачи, связанные с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-24);

– знаком с основами кросскультурных отношений в менеджменте, способен эффективно выполнять свои функции в кросскультурной среде (ПК-25);

информационно-аналитическая деятельность:

– имеет представление об экономическом образе мышления (ПК-26);

– способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления (ПК-27);

– понимает основные мотивы и механизмы принятия решений органами государственного регулирования (ПК-28);

– способен анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса (ПК-29);

– знает экономические основы поведения организаций, имеет представление о различных структурах рынков и способен проводить анализ конкурентной среды отрасли (ПК-30);

– умеет применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели (ПК-31);

– способен выбирать математические модели организационных систем, анализировать их адекватность, проводить адаптацию моделей к конкретным задачам управления (ПК-32);

– владеет средствами программного обеспечения анализа и количественного моделирования систем управления (ПК-33);

– владеет методами и программными средствами обработки деловой информации, способен взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы (ПК-34);

– умеет моделировать бизнес-процессы и знаком с методами их реинжиниринга (ПК-35);

– умеет использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркетинга (ПК-36);

– умеет проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-37);

– способен применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации (ПК-38);

– владеет навыками составления финансовой отчетности и осознает влияние различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации (ПК-39);

– способен анализировать финансовую отчетность и принимать обоснованные инвестиционные, кредитные и финансовые решения (ПК-40);

– способен оценивать эффективность использования различных систем учета и распределения затрат; имеет навыки калькулирования и анализа себестоимости продукции и способен принимать обоснованные управленческие решения на основе данных управленческого учета (ПК-41);

– способен проводить анализ рыночных и специфических рисков, использовать его результаты для принятия управленческих решений (ПК-42);

– способен проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования (ПК-43);

– способен обосновывать решения в сфере управления оборотным капиталом и выбора источника финансирования (ПК-44);

– владеет техниками финансового планирования и прогнозирования (ПК-45);

– понимает роль финансовых рынков и институтов, способен к анализу различных финансовых инструментов (ПК-46);

– способен проводить анализ операционной деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений (ПК-47);

предпринимательская деятельность:

- умеет находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею (ПК-48);
- способен разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов и т.п.) (ПК-49);
- способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности (ПК-50).

Компетенции выпускников Финансового университета позволяют им работать в любой сфере деятельности, в организациях любой формы собственности, что формирует у них устойчивые позиции на рынке труда.

5. Сведения о профессорско-преподавательском составе.

Образовательный процесс осуществляется в Липецком филиале Финуниверситета. Выпускающая кафедра – «Экономика, менеджмент и маркетинг» (заведующий кафедрой – Корякина Татьяна Валерьевна к.э.н.).

Доля докторов наук среди преподавателей образовательной программы – 25%. Доля кандидатов наук среди преподавателей образовательной программы – 62,5%.

В реализации программы участвуют следующие представители:

Корякина Татьяна Валерьевна, к.э.н., заведующий кафедрой «Экономика, менеджмент и маркетинг», соавтор учебных пособий для бакалавров «Основы маркетинга», «Маркетинг: курс лекций» издательство Елецкого государственного университета им. И.А.Бунина 2015г., автор статей, коллективных монографий «Особенности развития социально-экономических систем: проблемы, тенденции, перспективы», автор статей по проблемам социальной политики государства, маркетинговых исследований территорий, являлась экспертом в форсайт-сессии «Липецк 2035. Стратегия развития» по направлению «Сильный город».

Зюзина Наталья Николаевна – к.э.н., доцент соавтор учебных пособий «Маркетинг. Практикум», «Маркетинг: Учебное пособие», «Маркетинг как инструмент управления предприятием», издательство

Липецк: ЛКИ, 2010г., «Основы маркетинга: практикум, тесты», издательство Воронеж: Изд-во ИММиФ., 2013 г., соавтор учебных пособий для бакалавров «Основы маркетинга», «Маркетинг: курс лекций» издательство Елецкого государственного университета им. И.А.Бунина 2015г.

6. Наименование организаций – социальных партнеров, принимающих участие в формировании и реализации образовательной программы.

Выпускающей кафедрой при подготовке бакалавров по направлению подготовки 080200.62 Менеджмент (профиль «Маркетинг») является кафедра «Экономика, менеджмент и маркетинг», которая имеет устойчивые связи с такими организациями, как ООО «Азимут», ООО «Азимут», ООО МПК «Чернышовой», ООО «ПланетаСтрой», ОАО «Альфа-Банк», ИП Настич Т.А, ООО «Криомед», Краснинское райпо, ООО «Липецк Медиа» и рядом крупных промышленных предприятий реализующими производственные программы с применением современных методов управления.