

### **1. Наименование образовательной программы:**

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 ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (утвержден приказом № 2571/о от 30.12.2014 г.).

### **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 38.03.02 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 данной образовательной программы обладает следующими профессиональными компетенциями профиля (ПКП):

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

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

– способность разрабатывать стратегию 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 и управлять коммуникационными системами, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами (ПКП-5)

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%.

Руководитель образовательной программы – Карпова Светлана Васильевна, д.э.н., заведующая кафедрой «Маркетинг и логистика» Финансового университета.

В реализации программы участвуют следующие преподаватели филиала:

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.