

**Основная профессиональная
образовательная программа высшего образования
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
профиль «Маркетинг», реализуемая
в Смоленском филиале ФГБОУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»**

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) ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», утвержденного приказом № 2571/о от 30.12.2014 г., с изменениями, внесенными приказами Финуниверситета от 30.11.2015 №2575/о и от 10.10.2016 Приказ №1932/о.

Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники:

- управленческая деятельность в организациях;
- расчетно-аналитическая деятельность по обоснованию управленческих решений;

Профессиональные задачи выпускников образовательной программы:

- 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;

- осуществлять учетную, расчетно-аналитическую и контрольную деятельность при обосновании и исполнении управленческих, маркетинговых 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;

- предлагать решения проблем в области маркетинговой деятельности в изменяющихся внешних и внутренних условиях.

Объекты профессиональной деятельности выпускников бакалавриата профиля «Маркетинг» - управленческие процессы в экономических системах различного масштаба, уровня, сфер действия и форм собственности.

Область профессиональной деятельности выпускников бакалавриата профиля «Маркетинг» - выполнение профессиональных обязанностей в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления организаций, органов государственной власти и местного самоуправления, а также предпринимательская деятельность.

Особенностью программы является сочетание базовой подготовки по маркетингу с узкоспециальными знаниями, позволяющими быстро овладеть необходимыми профессиональными компетенциями профиля:

1. Владение базовыми теоретическими знаниями и практическими профессиональными навыками управления маркетинговой

деятельностью организаций (ПКП-1).

2. 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).

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

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

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

Обучение студентов осуществляется с использованием современных образовательных технологий. Научно-педагогическими работниками активно применяются мультимедиа-технологии, лекции и семинарские занятия проводятся с применением инновационных методик, включая проведение деловых игр, проектных заданий, решение практических и ситуационных задач, разработанных на основе практики маркетинговой деятельности российских и зарубежных организаций и т.д.

Руководитель образовательной программы – Земляк Светлана Васильевна, д.э.н., профессор, заведующий кафедрой «Менеджмент и маркетинг», эксперт Департамента инвестиционного развития Смоленской области, эксперт Торгово-промышленной палаты Смоленской области.

Образовательный процесс осуществляется в Смоленском филиале

Финуниверситета. Выпускающая кафедра – «Менеджмент и Маркетинг».

Среди преподавателей программы доля кандидатов и докторов наук превышает 85 %.

В реализации программы участвуют преподаватели, ученые и практики, имеющие значительный опыт работы по различным направлениям маркетинговой деятельности, представители научной школы маркетинга и авторы учебников и монографий:

- *Катровский Александр Петрович*, доктор географических наук, профессор, член экспертного совета РГНФ, заместитель председателя экспертного совета РГНФ и Администрации Смоленской области, член экспертного совета Областного конкурса молодых ученых, заместитель председателя секции общественной географии УМО по географии Университетов России, главный редактор журнала «Региональные исследования», входящего в список ВАК, член редколлегии «Псковского регионологического журнала». Автор и соавтор более 230 работ общим объемом 275,3 п. л., в том числе авторский объем 111,61 п.л., статей, опубликованных в журналах, рекомендованных ВАК, - 12, общим объемом 4,0 п.л., в т.ч. авторский объем 3,28 п.л.. Является одним из авторов словаря «Социально-экономическая география: понятия и термины», подготовленного учеными МГУ.

- *Земляк Светлана Васильевна*, доктор экономических наук, профессор, опубликовано за последние пять лет: 14 учебных изданий, общий объем – 260,86 п.л., авторский объем – 48,71 п.л.; 7 научных работ в рецензируемых научных журналах (из Перечня журналов ВАК), общий объем – 4,28 п.л., авторский объем – 2,25 п.л.. За последние 10 лет опубликовано в качестве автора – 2 электронных учебника, в качестве соавтора – 8 учебников и 9 учебных пособий. Гриф МОН (УМО, ФИРО и т.п.) присвоен 14 работам. Автор учебно – методических публикаций, среди которых: Маркетинговые исследования : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Романенковой [Артемьева О.А., Азарова С.П., Карпова С.В.,

Земляк С.В., Козлова Н.П., Поляков В.А., Рожков И.В.]. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 456 с. — Серия : Бакалавр. Прикладной курс; Маркетинг территорий: учебник для академического бакалавриата / под ред. О. Н. Романенковой [Арский А.А., Артемьева О.А., Баудер Е.А., Захаренко И.К., Земляк С.В., Земляк С.Н., Карпова С.В., Константиныди Х.А., Садриев Р.Д., Стыцюк Р.Ю., Тюрин Д.В.]. — М. : Издательство Юрайт ; ИД Юрайт, 2014. — 346 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс; Поведение потребителей: Учебник / Под общ. ред. О.Н. Романенковой [Бугакова Н.П., Жильцов Д.А., Земляк С.В., Карпова С.В., Константиныди Х.А., Лапшова О.А., Соколова И.С., Старцева Н.В., Титова Л.Г., Яшенкова Н.А.] — М. : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015. — 320 с. Соавтор учебников «Основы маркетинга», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинг в предпринимательской деятельности», «Маркетинг торговли», «Маркетинг малого бизнеса» и др.

- *Баудер Елена Александровна*, кандидат экономических наук, доцент. Представитель работодателей, директор доп. офиса в г. Смоленске ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк». Соавтор учебника Маркетинг территорий: учебник для академического бакалавриата / под ред. О. Н. Романенковой [Арский А.А., Артемьева О.А., Баудер Е.А., Захаренко И.К., Земляк С.В., Земляк С.Н., Карпова С.В., Константиныди Х.А., Садриев Р.Д., Стыцюк Р.Ю., Тюрин Д.В.]. — М. : Издательство Юрайт ; ИД Юрайт, 2014. — 346 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс; автор монографии, изданной за рубежом «Социальный маркетинг. Особенности развития социального маркетинга в сфере малого бизнеса». Издана Немецкой Национальной Библиотекой. LAP LAMBERT Academic Publishing 2011

-*Комаров Павел Ильич*, кандидат технических наук, доцент. Член Ученого совета филиала, куратор студенческих групп. Автор и соавтор более 46 научных публикаций и учебно-методических работ: учебные пособия, методические рекомендации, научные статьи (общим объемом 120,36 п.л. в том числе авторским объемом 45,31 п.л.). Имеет большой опыт практической

деятельности (18 лет): ОАО «Смоленскэнерго» (филиал Западные электрические сети) - начальник отдела АСУП, ОАО «ПО «Кристалл» - зам. начальника отдела Информационных технологий, начальник отдела Информационных технологий, начальник отдела Экономического анализа.

- *Кондрашов Виктор Михайлович*, кандидат экономических наук, доцент. Автор и соавтор более 17 научных и учебно-методических работ: монографии, методические рекомендации, научные статьи (общим объемом 53,65 п. л., в том числе авторский объем 45,04 п. л.), среди которых *Современные национальные инновационные системы: Монография. Экономика и общество: проблемы и перспективы модернизации в России: Коллективная монография /под общей ред. В.В. Бондаренко, В.А. Дресвянникова, О.В. Лосевой. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2014. – с. 652.* Автор учебника «Менеджмент продаж», КОПРа «Организация биржевой торговли», «Логистика».

- *Лапшова Ольга Анатольевна*, кандидат психологических наук, доцент, автор бизнес-тренингов по направлениям «Командообразование и развитие корпоративной культуры организации», тренингов-семинаров «Применение психологических методов в кадровом менеджменте», «Организационное консультирование». Руководитель Службы социально-психологической поддержки в филиале Финансового университета при Правительстве РФ в г. Смоленске. Автор и соавтор более 60 научных и учебно-методических работ: монографии, учебные пособия, и (общим объемом 92,08 п.л., в том числе авторский объем – 55,99 п.л.). Соавтор учебника «Поведение потребителей»: Учебник / Под общ. ред. О.Н. Романенковой [Бугакова Н.П., Жильцов Д.А., Земляк С.В., Карпова С.В., Константиныди Х.А., Лапшова О.А., Соколова И.С., Старцева Н.В., Титова Л.Г., Яшенкова Н.А.] — М. : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015. — 320 с.

- Ганичева Елена Викторовна, старший преподаватель. Автор и соавтор 17 научных и учебно-методических работ: методические рекомендации, научные статьи (общим объемом 16,855 п. л., в том числе авторский объем

12,43 п. л.).

- Старцева Наталья Витальевна, кандидат экономических наук, доцент. Автор и соавтор более 67 публикаций общим объемом 49, 8 п.л., в том числе авторский объем 47,0 п.л., среди которых : учебник «Поведение потребителей»: Учебник / Под общ. ред. О.Н. Романенковой [Бугакова Н.П., Жильцов Д.А., Земляк С.В., Карпова С.В., Константиныди Х.А., Лапшова О.А., Соколова И.С., Старцева Н.В., Титова Л.Г., Яшенкова Н.А.] — М. : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015. — 320 с.

Профессиональные участники программы:

- Борисов Андрей Александрович – заместитель Губернатора Смоленской области
- Ровбель Ростислав Леонидович – заместитель Губернатора Смоленской области, Начальник Департамента инвестиционного развития Смоленской области
- Никитас Денис Викторович – Президент Смоленского бизнес-клуба, к.э.н.
- Субботин Владимир Валентинович – Коммерческий директор «Автодор».

Партнеры программы. Торгово-промышленная палата (ТПП), НП «Гильдия Маркетологов», Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР), Содружество Организаций в области маркетинга и развития бизнеса в России (СОМАР), Российская Ассоциация Маркетинговых Услуг (РАМУ), Национальное агентство финансовых исследований (НАФИ), издательство «ЮРАЙТ», ИТК «Дашков и К», ИГ «ИНФРА-М» (ИД «Вузовский учебник»), Вольное экономическое общество России; «Агентство Интернет-маркетинга «ПроИнтер», СК Альфа-Страхование, ООО «Терминус» КБ «РЕНЕССАНС КРЕДИТ» КБ «Восточный», МГ «Комплето», ООО «Управляющая Компания Коммуникационная группа 2С», Смоленский Бизнес-клуб и др.

Партнерами активно реализуется стратегия по внедрению в учебный процесс, прежде всего в рамках дисциплин по выбору, разрабатываемого ими

программного обеспечения, ведется консультационная работа с научно-педагогическими работниками, в том числе преподавателям кафедры «Менеджмент и маркетинг» предоставляется возможность проходить профессиональные стажировки и обучение в реальном секторе экономики. Сближение теории и практики происходит на основе развития социального партнерства с профильными организациями - Департаментом инвестиционного развития Смоленской области, Группой компаний "ГРАЖДАНСТРОЙ" Президент РООДО "ГЛАВСТРОЙ," ОАО "ПО «Кристалл», ООО «Смолгеотехпроект» и др.

Реализация компетентного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий - семинаров в диалоговом режиме, дискуссий, компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий и пр.. В рамках учебных курсов предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Студенты проходят практику на предприятиях в различных отраслях и сферах деятельности, в государственных и коммерческих структурах, аналитических и консалтинговых компаниях, являющихся социальными партнерами.

Основными потребителями (работодателями), запросы которых обеспечивают выпускники, получивших подготовку по профилю «Маркетинг», являются: структурные подразделения, занимающиеся управленческой деятельностью; экономические, финансовые, маркетинговые и аналитические подразделения и службы организаций различных форм собственности, в т.ч. банков, страховых, инвестиционных и др. компаний финансового рынка; маркетинговые подразделения крупных, средних и малых предприятий промышленности и сферы услуг; университеты и научно-исследовательские центры.

Выпускники программы востребованы российскими и международными организациями различных отраслей и форм собственности, включая производственные, финансовые, консалтинговые и торговые организации.