

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ашмарина Светлана Игоревна
Должность: Ректор ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
Дата подписания: 22.06.2021 10:52:14
Уникальный программный ключ:
59650034d6e3a6baac49b7bd0f8e79fea1433ff3e82f1fc7e9279a031181baba

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДЕНО
Ученым советом ФГАОУ ВО «СГЭУ»
(протокол № 14 от 11 марта 2021 г.)



С ИЗМЕНЕНИЯМИ И ДОПОЛНЕНИЯМИ
(протокол №16 от 20 мая 2021 г.)

**Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования**

**Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
Уровень высшего образования
Бакалавриат**

Образовательная программа: «Маркетинг»

Форма обучения - очная, заочная

САМАРА 2021

Содержание

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Маркетинг»

1.2. Нормативные документы

1.3. Перечень сокращений

Раздел 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОПОП ВО «МАРКЕТИНГ»

2.1. Миссия, цели и задачи ОПОП ВО «Маркетинг»

2.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы

2.3. Объем программы

2.4. Формы обучения

2.5. Срок получения образования

2.6. Требования к поступающим

2.7. Языки, на которых осуществляется обучение

Раздел 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ ОПОП ВО «МАРКЕТИНГ»

3.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

3.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО

3.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП ВО «МАРКЕТИНГ»

4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами базовой части

4.1.1. Общекультурные компетенции выпускников

4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников

4.2. Профессиональные компетенции выпускников

Раздел 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОПОП ВО «МАРКЕТИНГ»

5.1. Структура и объем ОПОП ВО «Маркетинг»

5.2. Учебный план ОПОП ВО «Маркетинг»

5.3. Календарный учебный график ОПОП ВО «Маркетинг»

5.4. Рабочие программы дисциплин (модулей) ОПОП ВО «Маркетинг»

5.5. Программы практик, аннотации программ практик ОПОП ВО «Маркетинг»

5.6. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

5.7. Государственная итоговая аттестация

5.8. Другие методические материалы ОПОП ВО «Маркетинг»

Раздел 6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОПОП ВО «МАРКЕТИНГ»

Раздел 7. ПРОГРАММА ВОСПИТАНИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ И КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Раздел 8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Раздел 9. МЕХАНИЗМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОПОП ВО «МАРКЕТИНГ»

Раздел 10. РЕГЛАМЕНТ ПО ПРОЕКТИРОВАНИЮ, РЕАЛИЗАЦИИ И ОРГАНИЗАЦИИ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ (АКТУАЛИЗАЦИИ) ОПОП ВО «МАРКЕТИНГ» В ЦЕЛОМ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЕЕ ДОКУМЕНТОВ

Приложения

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Маркетинг»

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее – ОПОП ВО) программа бакалавриата «Маркетинг» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин, рабочих программ учебной и производственной практики, фондов оценочных средств, иных компонентов.

Данная программа является программой академического бакалавриата.

ОПОП ВО отражает компетентностно-квалификационную характеристику выпускника, содержание и организацию образовательного процесса и государственной итоговой аттестации выпускников. ОПОП ВО содержит характеристику профессиональной деятельности выпускников и общую характеристику образовательной программы, планируемые результаты освоения образовательной программы, ее структуру и содержание, условия реализации, характеристику социально-культурной среды вуза, особенности организации образовательной деятельности для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и регламент по проектированию, реализации и организации периодического обновления (актуализации) ОПОП ВО.

ОПОП разработана и утверждена с учетом требований современного рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 января 2016г. № 7.

1.2. Нормативные документы

– Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ от 12 января 2016г. №7;

– Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 года № 301 (далее – Порядок организации образовательной деятельности);

– Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636;

– Положение о практической подготовке обучающихся, утвержденное приказом Министерства науки и высшего образования РФ № 885 и приказом Министерства просвещения РФ № 390 от 5 августа 2020г.;

– Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Самарский государственный экономический университет», утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 4 марта 2021г. № 159;

– Иные нормативно-методические документы Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, Министерства просвещения Российской Федерации и локальные нормативные акты университета.

1.3. Перечень сокращений

– ЕКС – единый квалификационный справочник

- з.е. – зачетная единица
- ОПОП ВО – основная профессиональная образовательная программа высшего образования
- ОТФ - обобщенная трудовая функция
- ОК – общекультурные компетенции
- ОПК – общепрофессиональные компетенции
- ПК – профессиональные компетенции
- ПООП – примерная основная образовательная программа
- ИДК – индикаторы достижения компетенций
- ПС – профессиональный стандарт
- УГСН – укрупненная группа направлений и специальностей
- ФЗ – Федеральный закон
- ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования
- ПД - профессиональная деятельность
- ФГБОУ ВО «СГЭУ» - федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный экономический университет»
- ФГАОУ ВО «СГЭУ» - федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный экономический университет»

Раздел 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОПОП ВО «МАРКЕТИНГ»

2.1. Миссия, цели и задачи ОПОП ВО «Маркетинг»

Миссия: создание оптимальной теоретической базы с возможностью применения полученных знаний на практике для подготовки высококвалифицированных менеджеров, обладающих современным уровнем подготовки в сфере организации, управления и развития конкурентоспособных позиций компаний на российском и зарубежном рынках всех сферах деятельности, способных максимально полно удовлетворять запросы работодателя.

Цель: подготовка конкурентоспособных менеджеров международного класса для работы в современных условиях хозяйствования на основе интеграции учебного процесса, фундаментально - прикладных научных исследований инновационных подходов, а также качественное удовлетворение потребностей личности в ее всестороннем профессиональном и интеллектуальном развитии.

Задачи:

- формирование теоретической базы углубленных знаний в области организационно-экономических, правовых и этических вопросов маркетинговой деятельности с целью овладения профессиональными компетенциями в этой области;
- развитие умений применять полученные знания для решения профессиональных задач соответствующего класса;
- развитие навыков оперативного и стратегического управления компанией в меняющейся микро и макросреде и умений пользоваться инструментами маркетинга для разработки и внедрения проектов;
- формирование умений маркетингового анализа, владения инструментами стратегического и тактического маркетинга, предпринимательства, маркетингового планирования, управления рыночными возможностями в глобальном рыночном пространстве;
- формирование личностных качеств и профессиональных компетенций в организационно-управленческой и информационно-аналитической деятельности в соответствии с требованиями ФГОС ВО и областью профессиональной деятельности.

2.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: бакалавр.

2.3. Объем программы

Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц (далее - з.е.) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренному обучению.

Объем программы бакалавриата в очной форме обучения, реализуемый за один учебный год, составляет 60 з.е.

Объем программы бакалавриата за один учебный год в очно-заочной или заочной формах обучения составляет не более 75 з.е.

Объем программы бакалавриата за один учебный год при обучении по индивидуальному плану вне зависимости от формы обучения составляет не более 75 з.е.

2.4. Формы обучения

Обучение по программе бакалавриата «Маркетинг» осуществляется в очной и заочной формах обучения.

При реализации программы бакалавриата «Маркетинг» Университет вправе применять электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

Реализация программы бакалавриата «Маркетинг» с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий не допускается.

2.5. Срок получения образования

Срок получения образования в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, составляет 4 года.

В заочной форме обучения, вне зависимости от применяемых образовательных технологий, срок обучения составляет 4 года 6 месяцев.

При обучении по индивидуальному учебному плану, вне зависимости от формы обучения, срок получения образования составляет не более срока получения образования, установленного для соответствующей формы обучения, а при обучении по индивидуальному плану лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть увеличен по их желанию не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования для соответствующей формы обучения.

2.6. Требования к поступающим

К освоению программы бакалавриата «Маркетинг» допускаются лица, имеющие среднее общее образование.

2.7. Языки, на которых осуществляется обучение

Образовательная деятельность по программе бакалавриата «Маркетинг» осуществляется на государственном языке Российской Федерации – русском языке.

Раздел 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ ОПОП ВО «МАРКЕТИНГ»

3.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу «Маркетинг», включает: организации различной организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие) и органы государственного и муниципального управления, в которых выпускники работают в качестве исполнителей и координаторов по проведению организационно-технических мероприятий и администрированию реализации оперативных управленческих решений, а также структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело.

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу «Маркетинг», являются:

- процессы реализации управленческих решений в организациях различных организационно-правовых форм;
- процессы реализации управленческих решений в органах государственного и муниципального управления.

В соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки, а также направленностью образовательной программы «Маркетинг», реализуемой в ФГАОУ ВО «СГЭУ», выпускник подготовлен к следующим **видам профессиональной деятельности**:

- организационно-управленческая;
- информационно-аналитическая.

3.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО

Перечень профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата «Маркетинг» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, приведен в Приложении 1. Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника данной программы, представлен в Приложении 2.

3.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

Выпускник, освоивший программу бакалавриата «Маркетинг», в соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована образовательная программа, реализуемая в ФГАОУ ВО «СГЭУ», готов решать следующие **профессиональные задачи**:

организационно-управленческая деятельность:

- участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);
- участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;
- планирование деятельности организации и подразделений;
- формирование организационной и управленческой структуры организаций;
- организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;
- разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);
- контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;
- мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;
- участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы);

информационно-аналитическая деятельность:

- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
- построение и поддержка функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;
- разработка и поддержка функционирования системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;
- разработка системы внутреннего документооборота организации;
- оценка эффективности проектов;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;
- оценка эффективности управленческих решений;

Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП ВО «МАРКЕТИНГ»

4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами базовой части

4.1.1. Общекультурные компетенции выпускников

Выпускник, освоивший программу «Маркетинг», должен обладать следующими **общекультурными компетенциями (ОК)**:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7);
- способностью использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-8).

4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников

Выпускник, освоивший программу «Маркетинг», должен обладать следующими **общепрофессиональными компетенциями (ОПК)**:

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);
- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

4.2. Профессиональные компетенции выпускников

Выпускник, освоивший программу «Маркетинг», должен обладать **профессиональными**

компетенциями, соответствующими видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа бакалавриата (ПК):

организационно-управленческая деятельность:

– владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);

– владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде (ПК-2);

– владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);

– умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-4);

– способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);

– способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);

– владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7);

– владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8);

информационно-аналитическая деятельность:

– способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);

– владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10);

– владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11);

– умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12);

– умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13);

– умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-14);

– умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и

финансировании (ПК-15);

– владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-16).

Матрица формирования компетенций по ОПОП ВО «Маркетинг» представлена в Приложении 3.

Планируемые результаты обучения по каждой дисциплине и практике – знания, умения и навыки, опыт практической деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы представлены в соответствующих разделах рабочих программ дисциплин, практик и размещены на сайте университета в разделе «Сведения об образовательной организации», подразделе «Образование», подраздел «Информация об описании образовательных программ с приложением их копий, об учебном плане с приложением его копии, об аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы) с приложением их копий (при наличии), о календарном учебном графике с приложением его копии, о методических и об иных документах, разработанных образовательной организацией для обеспечения образовательного процесса», таблица «Информация об описании образовательной программы» (<http://www.sseu.ru/sveden/education>).

Раздел 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОПОП ВО «МАРКЕТИНГ»

5.1. Структура и объем ОПОП ВО «Маркетинг»

Структура образовательной программы бакалавриата «Маркетинг» включает обязательную часть (базовую) и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную).

Программа бакалавриата состоит из следующих блоков:

Блок 1 "Дисциплины (модули)", который включает дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы и дисциплины (модули), относящиеся к ее вариативной части.

Блок 2 "Практики", который в полном объеме относится к вариативной части программы.

Блок 3 "Государственная итоговая аттестация", который в полном объеме относится к базовой части программы и завершается присвоением квалификации.

Структура и объем ОПОП ВО «Маркетинг» представлены в таблице.

Структура программы бакалавриата «Маркетинг»		Объем программы бакалавриата в з.е.		
		Требования ФГОС ВО (прикладной бакалавриат)	Программа бакалавриата «Маркетинг» Очная форма обучения	Программа бакалавриата «Маркетинг» Заочная форма обучения
Блок 1	Дисциплины (модули),	171 - 221	216	216
	<i>в т.ч. занятия лекционного типа –</i>	<i>не более 60%</i>	<i>42,84%</i>	<i>40,87%</i>
	Базовая часть	81 - 131	126	126
	Вариативная часть,	90	90	90
	<i>в т.ч. дисциплины по выбору –</i>	<i>не менее 30%</i>	<i>33,3%</i>	<i>33,3%</i>

Блок 2	Практики	10 - 63	15	15
	Вариативная часть	10 - 63	15	15
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	6 - 9	9	9
	Базовая часть	6 - 9	9	9
Объем программ бакалавриата		240	240	240
Факультативы		-	4	4

Дисциплины (модули) по философии, истории, иностранному языку, безопасности жизнедеятельности реализуются в рамках базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" программы «Маркетинг» и являются обязательными для освоения обучающимся вне зависимости от направленности (профиля).

Дисциплины по физической культуре и спорту реализуются в рамках базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" программы «Маркетинг» в объеме 72 академических часа (2 з.е.) и элективной дисциплины в объеме 328 академических часов.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья организация устанавливает особый порядок освоения дисциплин по физической культуре и спорту с учетом состояния их здоровья.

Набор дисциплин, относящихся к вариативной части программы бакалавриата, и практик определен университетом самостоятельно с учетом направленности (профиля) программы бакалавриата в рамках объема, установленного ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата).

5.2. Учебный план ОПОП ВО «Маркетинг»

Учебный план отображает хронологическую последовательность освоения дисциплин и модулей ОПОП ВО «Маркетинг», обеспечивающих формирование компетенций; перечень учебных дисциплин и курсов по выбору обучающегося, факультативов, практик, государственной итоговой аттестации, их трудоемкость в часах и зачетных единицах, распределение по курсам, семестрам; формы контроля.

При реализации дисциплин (модулей), практик, иных компонентов образовательных программ, предусмотренных учебным планом, образовательная деятельность может быть организована в форме практической подготовки в соответствии с рабочими программами дисциплин, программами практик, иных компонентов образовательной программы.

Учебный план размещен на сайте Университета в разделе «Сведения об образовательной организации», подраздел «Образование», подраздел «Информация об описании образовательных программ с приложением их копий, об учебном плане с приложением его копии, об аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы) с приложением их копий (при наличии), о календарном учебном графике с приложением его копии, о методических и об иных документах, разработанных образовательной организацией для обеспечения образовательного процесса» таблица «Информация об описании образовательной программы» в ячейке «Ссылка на учебный план с приложением его копии» (<http://www.sseu.ru/sveden/education>).

5.3. Календарный учебный график ОПОП ВО «Маркетинг»

Календарный учебный график определяет календарные сроки теоретического обучения, экзаменационных сессий, каникул, проведения всех видов практик, защиты выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты. Календарный учебный график размещен на сайте Университета в разделе «Сведения об образовательной организации», подраздел «Образование», подраздел «Информация об описании

образовательных программ с приложением их копий, об учебном плане с приложением его копии, об аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы) с приложением их копий (при наличии), о календарном учебном графике с приложением его копии, о методических и об иных документах, разработанных образовательной организацией для обеспечения образовательного процесса» таблица «Информация об описании образовательной программы» в ячейке «Ссылка на календарный учебный график с приложением его копии» (<http://www.sseu.ru/sveden/education>).

5.4. Рабочие программы дисциплин (модулей) ОПОП ВО «Маркетинг»

Рабочая программа дисциплины (модуля) — это документ, в котором указывается наименование дисциплины (модуля); цели и задачи изучения дисциплины (модуля); место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы; планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе; объем и виды учебной работы по дисциплине (модулю) с указанием объема контактной работы обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и объема самостоятельной работы обучающихся; содержание дисциплины (модуля), структурированное по разделам (темам) с указанием объема отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий; учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля) с указанием основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля); перечень лицензионного программного обеспечения; перечень современных профессиональных баз данных к которым обеспечен доступ обучающихся для освоения дисциплины (модуля); перечень информационно - справочных систем, необходимых для освоения дисциплины (модуля); описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю); фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) с указанием контрольных мероприятий по дисциплине (модулю), планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), оценочных материалов для текущего контроля и промежуточной аттестации.

Рабочие программы дисциплин (модулей) хранятся в научной библиотеке СГЭУ и на выпускающих кафедрах (копии). В электронном виде - размещены в электронной информационно-образовательной среде ФГАОУ ВО «СГЭУ» и на сайте Университета в разделе «Сведения об образовательной организации», подраздел «Образование», подраздел «Информация об описании образовательных программ с приложением их копий, об учебном плане с приложением его копии, об аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы) с приложением их копий (при наличии), о календарном учебном графике с приложением его копии, о методических и об иных документах, разработанных образовательной организацией для обеспечения образовательного процесса» таблица «Информация об описании образовательной программы» в поле «Ссылка на методические и иные документы, разработанные образовательной организацией для обеспечения образовательного процесса» (<http://www.sseu.ru/sveden/education>).

Аннотации рабочих программ дисциплин (модулей) размещены на сайте Университета в разделе «Сведения об образовательной организации», подраздел «Образование» подраздел «Информация об описании образовательных программ с приложением их копий, об учебном плане с приложением его копии, об аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы) с приложением их копий (при наличии), о календарном учебном графике с приложением его копии, о методических и об иных документах, разработанных образовательной организацией для обеспечения образовательного процесса» таблица «Информация об описании образовательной программы» в поле «Ссылка на аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы, в том числе практик) с приложением их копий» (<http://www.sseu.ru/sveden/education>).

5.5. Программы практик, аннотации программ практик ОПОП ВО «Маркетинг»

Структура ОПОП ВО «Маркетинг» включает Блок 2 «Практики».

Практика обучающихся является компонентом образовательной программы и представляет

собой одну из форм практической подготовки, которая организуется путем выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

В Блок 2 "Практики" входят учебная и производственная, в том числе преддипломная практики.

Типы учебной практики:

– практика по получению первичных профессиональных умений и навыков.

Способы проведения учебной практики:

- выездная;
- стационарная;

Типы производственной практики:

– практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Способы проведения производственной практики:

- стационарная;
- выездная.

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья при выборе мест прохождения практик учитывается состояние здоровья и требования по доступности.

По каждому виду и типу практики разработана программа практики - документ, включающий в себя наименование практики; планируемые результаты обучения по практике, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО «Маркетинг»; вид практики; тип практики; способ (при наличии) и форму (формы) ее проведения; перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы; место практики в структуре образовательной программы; объем практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях; содержание практики и формы отчетности по практике; описание материально-технической базы; перечень лицензионного программного обеспечения; перечень основной, дополнительной учебной литературы; перечень информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения практики.

Программы практик и аннотации к ним хранятся в научной библиотеке СГЭУ и на выпускающих кафедрах (копии). В электронном виде - размещены в электронной информационно-образовательной среде ФГАОУ ВО «СГЭУ» и на сайте Университета в разделе «Сведения об образовательной организации», подраздел «Образование», подраздел «Информация об описании образовательных программ с приложением их копий, об учебном плане с приложением его копии, об аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы) с приложением их копий (при наличии), о календарном учебном графике с приложением его копии, о методических и об иных документах, разработанных образовательной организацией для обеспечения образовательного процесса» таблица «Информация об описании образовательной программы» в поле «Ссылка на аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы, в том числе практик) с приложением их копий» (<http://www.sseu.ru/sveden/education>).

5.6. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

В соответствии с требованиями ФГОС ВО и Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №301 от 05.04.2017 года для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям ОПОП ВО «Маркетинг» университет создает оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной и государственной итоговой аттестации. Оценочные средства

формируются в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет».

Формами текущего контроля могут выступать: опрос, анкетирование, текущее тестирование, в том числе с использованием банка тестовых заданий, размещенных в электронной информационно-образовательной среде СГЭУ, контрольные и самостоятельные работы, коллоквиумы, ситуационные задачи, лабораторные работы, курсовые работы, а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится в форме зачета, дифференцированного зачета, зачета с оценкой, экзамена.

5.7. Государственная итоговая аттестация

Государственная итоговая аттестация выпускников является обязательной и осуществляется после освоения ОПОП ВО «Маркетинг» в полном объеме в соответствии с Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет».

Государственная итоговая аттестация проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы.

Государственная итоговая аттестация включает подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты выпускной квалификационной работы.

5.8. Другие методические материалы ОПОП ВО «Маркетинг»

Методические указания по ОПОП ВО «Маркетинг» размещены в электронной информационно-образовательной среде ФГАОУ ВО «СГЭУ» и на сайте Университета в разделе «Сведения об образовательной организации», подраздел «Образование», подраздел «Информация об описании образовательных программ с приложением их копий, об учебном плане с приложением его копии, об аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы) с приложением их копий (при наличии), о календарном учебном графике с приложением его копии, о методических и об иных документах, разработанных образовательной организацией для обеспечения образовательного процесса» таблица «Информация об описании образовательной программы» в поле «Ссылка на методические и иные документы, разработанные образовательной организацией для обеспечения образовательного процесса» (<http://www.sseu.ru/sveden/education>).

Раздел 6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОПОП ВО «МАРКЕТИНГ»

Требования к условиям реализации ОПОП ВО «Маркетинг» состоят из:

- общесистемных требований;
- требований к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению;
- требований к кадровым условиям;
- требований к финансовым условиям реализации программы бакалавриат

Общесистемные требования к реализации программы бакалавриата

На основе права оперативного управления ФГАОУ ВО «СГЭУ» располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ, предусмотренных учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), как на территории Университета, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда Университета обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, государственной итоговой аттестации, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах;
- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата.
- проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет".

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации, Положению об ЭИОС СГЭУ и Положению о реализации образовательных программ с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в ФГБОУ ВО «СГЭУ», утвержденному Приказом и.о. ректора №271-ОВ от 16.04.2018г.

Квалификация руководящих и научно-педагогических работников организации соответствует квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, разделе "Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования", утвержденном приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11 января 2011 г. N 1н.

Доля штатных научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) составляет более 50 процентов от общего количества научно-педагогических работников организации.

Требования к кадровым условиям реализации программы бакалавриата

Реализация ОПОП ВО «Маркетинг» обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками университета, а также лицами, привлекаемыми на условиях гражданско-правового договора.

Более 70 процентов составляет доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, что соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Более 70 процентов составляет доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное за рубежом и признаваемое в Российской Федерации), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, что соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Более 10 процентов составляет доля работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы бакалавриата (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников, реализующих программу бакалавриата, что соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы бакалавриата

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий, лабораторных работ), курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью, оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определен рабочими программами дисциплин.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин.

Перечень материально-технического обеспечения включает в себя лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, соответствующим специфике дисциплины. Конкретные требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению определяются в рабочих программах дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определен рабочими программами дисциплин и ежегодно обновляется).

Библиотека ФГАОУ ВО «СГЭУ» относится к числу библиотек II категории и обеспечивает информационно-образовательный процесс в университете.

Фонд университетской библиотеки сформирован в соответствии с лицензионными нормативами обеспеченности вузов учебными и научными источниками в традиционной и электронной формах и требованиями ФГОС. Значительное место в структуре комплектования библиотечного фонда занимают издания вуза в традиционной и электронной форме, за счёт которых оперативно обеспечиваются потребности учебного процесса, особенно по новым дисциплинам.

В библиотеке работает автоматизированная интегрированная библиотечная система (АИБС) «МегаПро» на основе web-технологий. Читальный зал оснащен современными компьютерными технологиями. Обучающимся обеспечивается возможность работы с электронными библиотечными системами «Юрайт», «АЙБУКС», «Book.ru», «Библиокомплектатор», «ZNANIUM.COM», научной электронной библиотекой eLIBRARY.RU, справочно-правовыми системами «Консультант Плюс» и «ГАРАНТ-Максимум», полнотекстовой базой данных East View Information Services, Iuc и др. В рамках национальной подписки обеспечен доступ к международным информационно-аналитическим базам данных WoS и Scopus. В университете зарегистрирована база данных «ЭБС СГЭУ», функционирующая на платформе АИБС «Мега ПРО», которая обеспечивает доступ обучающихся к собственным полнотекстовым электронным ресурсам университета.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к информационно-библиотечному комплексу и электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам), содержащим, в том числе, издания основной и дополнительной литературы, перечисленной в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, государственной итоговой аттестации. Фонд дополнительной литературы, помимо учебной, включает официальные, справочно-библиографические и специализированные периодические издания.

Электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки) обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории университета, так и вне ее.

При этом обеспечена возможность осуществления одновременного доступа не менее 25 процентов обучающихся по образовательной программе.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит ежегодному обновлению.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Требования к финансовым условиям реализации программы

Финансовое обеспечение реализации программы бакалавриата осуществляется в объеме не ниже установленных Минобрнауки России базовых нормативных затрат на оказание государственной услуги в сфере образования для данного уровня образования и направления подготовки с учетом корректирующих коэффициентов, учитывающих специфику образовательных программ в соответствии с Методикой определения нормативных затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования по специальностям (направлениям подготовки) и укрупненным группам специальностей (направлений подготовки), утвержденной приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30 октября 2015 г. N 1272 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 30 ноября 2015 г., регистрационный N 39898).

Раздел 7. ПРОГРАММА ВОСПИТАНИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ И КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Воспитательная работа в университете ведется на основе «Концепции по воспитательной работе со студентами Самарского государственного экономического университета», рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы.

Воспитательная работа – это деятельность, направленная на организацию воспитывающей среды и управление разными видами деятельности обучающихся с целью создания условий для их приобщения к социокультурным и духовно-нравственным ценностям народов Российской Федерации, полноценного развития, саморазвития и самореализации личности при активном участии самих обучающихся.

Программа воспитания представляет собой ценностно-нормативную, методологическую, методическую и технологическую основу организации воспитательной деятельности в Университете. Областью применения Программы воспитания является образовательное и социокультурное пространство, образовательная и воспитывающая среды в их единстве и взаимосвязи. Воспитание в образовательной деятельности СГЭУ носит системный, плановый и непрерывный характер.

Основным средством осуществления такой деятельности является воспитательная система и соответствующая ей рабочая программа воспитания (<http://www.sseu.ru/sveden/education>) и календарный план воспитательной работы (<http://www.sseu.ru/sveden/education>), являющиеся неотъемлемой частью ОПОП ВО и утверждающиеся на каждый учебный год.

Программа воспитания разработана в традициях отечественной педагогики и образовательной практики и базируется на принципе преемственности и согласованности с целями и содержанием Программ воспитания в системе общего образования и СПО. Программа воспитания является частью ОПОП, разрабатываемой и реализуемой в соответствии с действующим ФГОС.

Основными задачами воспитательной работы в Университете являются:

- формирование у студентов нравственной культуры, ориентация на гуманистические мировоззренческие установки и духовные ценности, формирование самосознания;

- формирование активной гражданской позиции и патриотического сознания, правовой и политической культуры;
 - формирование личностных качеств, необходимых для эффективной профессиональной деятельности, воспитание потребности в профессиональном совершенствовании, целеустремленности и предприимчивости, готовности к конкурентоспособности и сотрудничеству в профессиональной деятельности;
 - сохранение и развитие историко-культурных традиций университета, приобщение новых поколений студентов к корпоративной культуре, преемственность в воспитании студенческой молодежи;
 - формирование установки на непрерывный процесс саморазвития, на освоение художественных и научных достижений общечеловеческой и национальной культуры;
 - привитие умений и навыков управления коллективом в различных формах студенческого самоуправления;
 - приобщение к общечеловеческим нормам нравственности, национальным традициям и корпоративным ценностям своей профессиональной и социальной среды;
 - формирование потребности в здоровом образе жизни и физическом совершенствовании.
- В Университете реализуются следующие направления воспитания:

- профессионально-творческое и трудовое воспитание;
- правовое воспитание;
- патриотическое и интернациональное воспитание;
- духовно-нравственное воспитание;
- эстетическое воспитание;
- экологическое воспитание;
- воспитание корпоративной культуры, культуры поведения и общения;
- воспитание ценностей здорового образа жизни.

Реализация данных направлений способствует формированию у обучающихся общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

Формы и методы воспитательной работы в учебном процессе:

- беседы, дискуссии, деловые игры, олимпиады, обсуждения и разбор реальных ситуаций, консультации, направленные на формирование корпоративной культуры и этики профессионального поведения и общения, а также личностных качеств, необходимых для эффективной профессиональной деятельности, воспитание потребности в профессиональном совершенствовании.

Формы и методы воспитательной работы во внеучебное время:

- студенческие научные конференции;
- организация НИР обучающихся;
- участие в работе СМИ;
- молодежные студенческие проекты;
- студенческие трудовые отряды;
- встречи с работодателями и выпускниками;
- творческие кружки, клубы по интересам, спортивные секции;
- участие в спортивных соревнованиях и турнирах, студенческих слетах;
- участие в форумах, фестивалях и других массовых акциях городских, областных и государственных молодежных организаций;
- выставки студенческих работ;
- смотры-конкурсы;
- студенческие фестивали;
- студенческие обучающие школы;
- участие в проектах экологической направленности;
- обучение в вузах-партнерах за рубежом.

Раздел 8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья, в отличие от остальных обучающихся, имеют свои специфические особенности восприятия, переработки материала.

Подбор и разработка учебных материалов должны производиться с учетом того, чтобы предоставлять этот материал в различных формах так, чтобы инвалиды с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи) или с помощью тифлоинформационных устройств.

Выбор средств и методов обучения осуществляется самим преподавателем. При этом в образовательном процессе рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в группе обучающихся.

Согласно требованиям, установленным Минобрнауки России к порядку реализации образовательной деятельности в отношении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, необходимо иметь в виду, что:

1) инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья по зрению имеют право присутствовать на занятиях вместе с ассистентом, оказывающим обучающемуся необходимую помощь.

2) инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья по слуху имеют право на использование звукоусиливающей аппаратуры.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- проведение аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации;

- присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с экзаменатором);

- пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;

- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях.

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность сдачи обучающимся инвалидом экзамена может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

- продолжительность сдачи экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;

- продолжительность подготовки обучающегося к ответу на экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья организация обеспечивает выполнение следующих требований при проведении аттестации:

а) для слепых:

- задания и иные материалы для сдачи экзамена оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются обучающимися на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;

- при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных

принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

- задания и иные материалы для сдачи экзамена оформляются увеличенным шрифтом;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по их желанию испытания проводятся в письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по их желанию испытания проводятся в устной форме.

О необходимости обеспечения специальных условий для проведения аттестации обучающийся должен сообщить письменно не позднее, чем за 10 дней до начала аттестации. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей (при отсутствии указанных документов в организации).

Раздел 9. МЕХАНИЗМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОПОП ВО «МАРКЕТИНГ»

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП ВО «Маркетинг» определяется в рамках системы внутренней оценки по этапам, процедурам и с помощью инструментов, регламентированных Положением о проведении внутренней независимой оценки качества образования в ФГБОУ ВО «СГЭУ», утвержденным приказом ректора № 569-ОВ от 23.12.2019 г., а также системы внешней оценки, в которой Университет принимает участие на добровольной основе, в том числе в форме внешней экспертизы образовательных программ и оценочных материалов.

В целях совершенствования программы подготовки бакалавров Университет при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП ВО «Маркетинг», привлекает работодателей и их объединения, иных юридических и физических лиц, включая педагогических работников Университета.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по ОПОП ВО «Маркетинг» обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин и практик.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по программе бакалавриата в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности Университета по ОПОП ВО «Маркетинг» требованиям ФГОС ВО.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся может осуществляться в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями, либо авторизованными национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, освоивших программу бакалавриата, отвечающими требованиям профессиональных стандартов, требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

Раздел 10. РЕГЛАМЕНТ ПО ПРОЕКТИРОВАНИЮ, РЕАЛИЗАЦИИ И

ОРГАНИЗАЦИИ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ (АКТУАЛИЗАЦИИ) ОПОП ВО «МАРКЕТИНГ» В ЦЕЛОМ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЕЕ ДОКУМЕНТОВ

Изменения и дополнения, вносимые в структуру, содержание и компоненты ОПОП ВО «Маркетинг» проходят экспертизу в учебно-методическом управлении и утверждаются Ученым советом Университета. Актуализация ОПОП ВО и составляющих ее документов осуществляется ежегодно.

Перечень
профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 января 2016г. №7

N п/п	Код профессионального стандарта	Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта
08. Финансы и экономика		
1.	08.035	Профессиональный стандарт "Маркетолог", утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 года N 366н. Зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 21 июня 2018 года, рег. N 51397.

**Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций,
имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника по ОПОП ВО
«Маркетинг»**

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Код и наименование профессиональной компетенции выпускника
08.035 Профессиональный стандарт "Маркетолог"		
Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	ПК-1 владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры
		ПК-2 владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде
	Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	ПК-4 умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации
		ПК-6 способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений
		ПК-8 владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

	Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	ПК-7 владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов/ умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ
	Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	ПК-14 умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета
Управление маркетинговой деятельностью организации	Формирование маркетинговой стратегии организации	ПК-5 способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
		ПК-3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
		ПК-12 умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)
		ПК-15 умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании
	Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации	ПК-13 умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций
		ПК-16 владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов

Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-9 способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли
		ПК-10 владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления
	Подготовка к проведению маркетингового исследования	ПК-11 владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов

**Матрица формирования компетенций по ОПОП ВО
«Маркетинг»**

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1	Дисциплины (модули)	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
Б1.Б	Базовая часть	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
Б1.Б.01	Микроэкономика	ОК-3; ОК-4
Б1.Б.02	Право	ОПК-1
Б1.Б.03	Линейная алгебра	ОПК-7
Б1.Б.04	История	ОК-2
Б1.Б.05	Социология	ОК-5; ОК-6
Б1.Б.06	Психология	ОК-6
Б1.Б.07	Безопасность жизнедеятельности	ОК-8
Б1.Б.08	Статистика	ОК-3; ПК-10
Б1.Б.09	Иностранный язык	ОК-4
Б1.Б.10	Макроэкономика	ОК-3; ОК-4
Б1.Б.11	Информатика	ОПК-7
Б1.Б.12	Философия	ОК-1
Б1.Б.13	Математический анализ	ОПК-7
Б1.Б.14	Экономическая история	ОК-2
Б1.Б.15	Налоговая система РФ	ОПК-1
Б1.Б.16	Теория менеджмента	ОПК-3; ПК-1
Б1.Б.17	Маркетинг	ОПК-6; ПК-6; ПК-11
Б1.Б.18	Бухгалтерский учет	ОПК-5; ПК-11; ПК-14
Б1.Б.19	Управление материальными ресурсами	ОПК-6; ПК-9
Б1.Б.20	Методы оптимальных решений	ОПК-7
Б1.Б.21	Деловой иностранный язык	ОК-4
Б1.Б.22	Корпоративные информационные системы	ОПК-7; ПК-11
Б1.Б.23	Экономический анализ	ОПК-5; ПК-10; ПК-14
Б1.Б.24	Стратегический менеджмент	ОПК-2; ПК-3; ПК-5
Б1.Б.25	Основы логистики	ОПК-6; ПК-12
Б1.Б.26	Финансово-экономическое обоснование управленческих решений	ОПК-2; ПК-10
Б1.Б.27	Деловые коммуникации	ОПК-4; ПК-2; ПК-8
Б1.Б.28	Налоговый менеджмент	ОПК-1; ПК-14
Б1.Б.29	Управление человеческими ресурсами	ОК-5; ОК-6; ОПК-3; ПК-7
Б1.Б.30	Бизнес-планирование	ОПК-2; ПК-16
Б1.Б.31	Управление проектами	ОПК-3; ПК-12; ПК-13

Б1.Б.32	Финансовый менеджмент	ОПК-5; ПК-4; ПК-14; ПК-16
Б1.Б.33	Инвестиционный анализ	ОПК-6; ПК-15; ПК-16
Б1.Б.34	Физическая культура и спорт	ОК-7
Б1.В	Вариативная часть	ОК-5; ОК-7; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
Б1.В.01	Корпоративная социальная ответственность	ПК-2
Б1.В.02	Маркетинг продаж	ПК-7
Б1.В.03	Маркетинг закупок	ПК-10; ПК-11; ПК-12
Б1.В.04	Бренд-маркетинг	ПК-13
Б1.В.05	Экономика маркетинговой деятельности	ОПК-6; ПК-14
Б1.В.06	Коммерческий механизм систем товародвижения	ПК-7; ПК-8
Б1.В.07	Маркетинг услуг	ОПК-2; ПК-9
Б1.В.08	Этика делового общения	ОПК-4; ПК-12
Б1.В.09	Инструменты маркетинга	ПК-6; ПК-11
Б1.В.10	Моделирование маркетинговой деятельности	ОПК-3; ОПК-4; ПК-10
Б1.В.11	Маркетинговые исследования	ОПК-4; ПК-10; ПК-15
Б1.В.12	Управление проектами в маркетинге	ПК-6; ПК-16
Б1.В.13	Управление маркетингом	ПК-3; ПК-5
Б1.В.14	Инновационный маркетинг	ПК-8; ПК-15
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору	ОК-5; ПК-1
Б1.В.ДВ.01.01	Предпринимательское право	ОК-5; ПК-1
Б1.В.ДВ.01.02	Коммерческое право	ОК-5; ПК-1
Б1.В.ДВ.01.03	Адаптация лиц с ОВЗ	ОК-5; ПК-1
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору	ОПК-2; ПК-4
Б1.В.ДВ.02.01	Экономико-математические методы в маркетинге	ОПК-2; ПК-4
Б1.В.ДВ.02.02	Экономико-математические методы в логистике	ОПК-2; ПК-4
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору	ПК-8; ПК-11
Б1.В.ДВ.03.01	Информационный маркетинг	ПК-8; ПК-11
Б1.В.ДВ.03.02	Основы бизнеса	ПК-8; ПК-11
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору	ПК-9
Б1.В.ДВ.04.01	Реклама	ПК-9
Б1.В.ДВ.04.02	Информационные технологии в маркетинге	ПК-9
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины по выбору	ПК-8; ПК-9
Б1.В.ДВ.05.01	Маркетинг услуг в здравоохранении	ПК-8; ПК-9
Б1.В.ДВ.05.02	Коммерция услуг	ПК-8; ПК-9
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины по выбору	ПК-9
Б1.В.ДВ.06.01	Некоммерческий маркетинг	ПК-9
Б1.В.ДВ.06.02	Выставочный маркетинг	ПК-9
Б1.В.ДВ.07	Дисциплины по выбору	ПК-2
Б1.В.ДВ.07.01	Международный маркетинг	ПК-2
Б1.В.ДВ.07.02	Маркетинг транснациональных	ПК-2

	корпораций	
Б1.В.ДВ.08	Дисциплины по выбору	ПК-9
Б1.В.ДВ.08.01	Поведение потребителей в маркетинге	ПК-9
Б1.В.ДВ.08.02	Потребительский маркетинг	ПК-9
Б1.В.ДВ.09	Дисциплины по выбору	ПК-4
Б1.В.ДВ.09.01	Мировая экономика и международные экономические отношения	ПК-4
Б1.В.ДВ.09.02	Социальный маркетинг	ПК-4
Б1.В.ДВ.10	Дисциплины по выбору	ПК-7
Б1.В.ДВ.10.01	Мерчендайзинг	ПК-7
Б1.В.ДВ.10.02	Маркетинг оптово-розничной торговли	ПК-7
Б1.В.ДВ.11	Дисциплины по выбору	ПК-8
Б1.В.ДВ.11.01	Паблик-релейшенз	ПК-8
Б1.В.ДВ.11.02	Территориальный маркетинг	ПК-8
Б1.В.ДВ.12	Элективные курсы по физической культуре и спорту	ОК-7
Б1.В.ДВ.12.01	Физическая культура и спорт: общая физическая подготовка	ОК-7
Б1.В.ДВ.12.02	Адаптивная физическая культура и спорт	ОК-7
Б2	Практики	ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
Б2.В	Вариативная часть	ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
Б2.В.01(У)	Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков)	ОПК-1; ОПК-7; ПК-1
Б2.В.02(П)	Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	ОПК-2; ОПК-3; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
Б2.В.03(Пд)	Производственная практика (преддипломная)	ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
Б3	ГИА	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
Б3.Б	Базовая часть	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16

БЗ.Б.01	Защита выпускной квалификационной работы	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
БЗ.Б.01.01	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
БЗ.Б.01.02	Процедура защиты выпускной квалификационной работы	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
ФТД	Факультативы	ОК-4
ФТД.01	Русский язык и культура речи	ОК-4
ФТД.02	Русский язык как иностранный	ОК-4