

СОГЛАСОВАНО
ОАО «КАДВИ»

(наименование организации)

начальник финансового отдела

(должность представителя работодателя)

Н.С. Бухтина

(подпись представителя работодателя)

« 31 »  2016 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор Калужского филиала
Финуниверситета

Т.Э. Пирогова

«  » 2016 г.

Образовательная программа высшего образования –
программа бакалавриата

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Маркетинг»

Руководитель образовательной программы - Карпова Светлана Васильевна, д.э.н., профессор, заведующая кафедрой «Маркетинг и логистика», эксперт и член Совета УМО вузов России по образованию в области финансов, учета и мировой экономики Финуниверситета (руководитель секции «Финансовый маркетинг»), член редакционной коллегии журнала «Управленческие науки» Финуниверситета, член Совета НП «Гильдии Маркетологов», эксперт РАМ, эксперт СОМАР, эксперт КМ-Alliance (Премия «Make Awards Russia»).

Выпускающая кафедра – «Менеджмент и маркетинг» (заведующий кафедрой – Орловцева Оксана Михайловна, кандидат экономических наук).

Факультет «Управления и бизнес - технологий»

**Общая характеристика образовательной программы
по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»,
профиль «Маркетинг»**

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

Основными видами профессиональной деятельности являются:
экономико-управленческая деятельность в организациях;
расчетно-аналитическая деятельность по обоснованию управленческих решений;
товарно-производственная;
деятельность, носящая прикладной исследовательский характер.

Программа направлена на подготовку кадров международного уровня, готовых принимать участие в развитии производства и сферы услуг, в выборе и изменении товарного ассортимента, в разработке системы управления качеством, в обеспечении эффективности предпринимательской деятельности, а также в области управления товарной и ценовой политикой, системой сбыта и маркетинговыми коммуникациями в условиях конкуренции и глобализации социально-экономических процессов.

Обучение студентов осуществляется с использованием новых образовательных технологий, основанных на деятельностных и диалоговых формах познания, которые дают возможность студентам:

самостоятельно критически мыслить, видеть возникающие проблемы и искать пути рационального их решения, используя современные технологии;
быть способными генерировать новые идеи, творчески мыслить;

грамотно работать с информацией: собирать необходимые для решения определенной проблемы факты, анализировать их, делать необходимые обобщения.

Обучение студентов осуществляется с использованием новых образовательных технологий. В процессе занятий студенты обсуждают актуальные вопросы теории и практики не только в лекционной форме, но и в форме круглых столов, дискуссий, деловых и ситуационных игр, кейс-стади и моделирования в компьютерном классе, решение практических и ситуационных задач, разработанных на основе практики маркетинговой деятельности российских и зарубежных организаций и т.д.

В процессе обучения широко используются современные информационные технологии – популярные пакеты прикладных программ и базы данных ведущих отечественных и зарубежных агентств, средства мультимедиа, глобальная сеть Интернет и др.

Наряду с традиционной формой обучения большое внимание уделяется самостоятельной работе, которая осуществляется в рамках научно-исследовательской работы (НИРС).

Программа позволяет сформировать у студентов профессиональные компетенции профиля «Маркетинг», которые обеспечивают высокую востребованность выпускников Финансового университета на рынке труда:

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

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

способность разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены,

осуществлять корректировку цены на основе исследования рыночной конъюнктуры (ПКП-3);

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

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

Руководитель образовательной программы - Карпова Светлана Васильевна, д.э.н., профессор, заведующая кафедрой «Маркетинг и логистика», эксперт и член Совета УМО вузов России по образованию в области финансов, учета и мировой экономики Финансового университета (руководитель секции «Финансовый маркетинг»), член редакционной коллегии журнала «Управленческие науки» Финансового университета, член Совета НП «Гильдии Маркетологов», эксперт РАМ, эксперт СОМАР, эксперт KM-Alliance (Премия «Make Awards Russia»).

Образовательный процесс осуществляется в Калужском филиале Финансового университета. Выпускающая кафедра – «Менеджмент и маркетинг» (заведующий кафедрой – Орловцева Оксана Михайловна, кандидат экономических наук, доцент).

Занятия проводят преподаватели Калужского филиала Финансового университета. Среди преподавателей программы доля кандидатов и докторов наук составляет 81,3%.

В реализации образовательной программы участвуют ведущие преподаватели филиала:

Бурцева Т.А., доктор экономических наук, доцент,

Ерохина Е.В., доктор экономических наук, доцент,

Морева Л.С., кандидат экономических наук, доцент,

Пилипчак Ю.В., кандидат экономических наук, доцент,

Медведева О.С., кандидат экономических наук, доцент.

Преподаватели филиала являются авторами учебников и учебных пособий, которые используются в преподавании по профилю «Маркетинг»:

Медведева О.С., Пилипчак Ю.В. Рекламное дело (учебное пособие)
Калуга: ИП Стрельцов И.А. «Эйдос», 2015, 112 с.

Медведева О.С. Маркетинговые исследования (учебное пособие)
Калуга: Изв-во КФ МГЭИ, 2015, 64 с.

Медведева О.С., Пилипчак Ю.В. Стратегический менеджмент (учебное пособие)
Калуга: ИП Стрельцов И.А. «Эйдос», 2015, 70 с.

Особое внимание уделяется сближению в учебном процессе теории и практики, а также учету требований работодателей к выпускникам образовательной программы. Это обеспечивается за счет привлечения к учебному процессу специалистов-практиков из ведущих профессиональных и саморегулируемых организаций.

Социальными партнерами, принимающими участие в формировании и реализации программы, являются известные профессиональные организации, компании и банки: Торгово-промышленная палата Калужской области, Министерство финансов Калужской области, Управление финансов города Калуги, Министерство сельского хозяйства Калужской области, Военно-страховая компания Калужский филиал, ОАО «Ростелеком», ОАО «Калугаприбор», Калужский маркетинговый центр, филиал ЗАО «Магна Автомотив Рус» в городе Калуга, ОАО «Сбербанк России», Акционерный коммерческий банк «РОСБАНК», ООО Росгосстрах и др.

Сотрудничество выпускающей кафедры с деловыми партнерами позволяет оптимизировать учебный процесс и координировать его в соответствии с требованиями практики.

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