

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Кандрашина Елена Александровна  
Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»  
Дата подписания: 05.09.2024 11:58:33  
Уникальный программный ключ:  
2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования

**САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**



УТВЕРЖДЕНО

Совместным решением Совета ФГАОУ ВО «СГЭУ»  
(протокол № 10 от 30 мая 2024 г.)

Врио ректора Е.А. Кандрашина

**Основная профессиональная образовательная программа  
высшего образования**

**Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент  
Уровень высшего образования  
Магистратура**

**Образовательная программа: «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации»**

Форма обучения - очная

САМАРА 2024

## Содержание

### **Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

- 1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации»
- 1.2. Нормативные документы
- 1.3. Перечень сокращений

### **Раздел 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОПОП ВО «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

- 2.1. Миссия, цели и задачи ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации»
- 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 «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

- 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 «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

- 4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами и практиками обязательной части
  - 4.1.1. Универсальные компетенции выпускников
  - 4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников
  - 4.1.3. Профессиональные компетенции выпускников, самостоятельно определяемые университетом

### **Раздел 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОПОП ВО «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

- 5.1. Структура и объем ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации»
- 5.2. Учебный план ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации»
- 5.3. Календарный учебный график ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации»
- 5.4. Рабочие программы дисциплин (модулей) ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации»
- 5.5. Программы практик, аннотации программ практик ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации»
- 5.6. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
- 5.7. Государственная итоговая аттестация
- 5.8. Другие методические материалы ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации»

### **Раздел 6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОПОП ВО «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

### **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 «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

**Раздел 10. РЕГЛАМЕНТ ПО ПРОЕКТИРОВАНИЮ, РЕАЛИЗАЦИИ И ОРГАНИЗАЦИИ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ (АКТУАЛИЗАЦИИ) ОПОП ВО «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ» В ЦЕЛОМ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЕЕ ДОКУМЕНТОВ**

**Приложения**

## Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

### 1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации»

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее – ОПОП ВО) программа магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» по направлению подготовки 38.04.02 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.

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, 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 высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020г. № 952.

### 1.2. Нормативные документы

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020г. № 952.;
- Профессиональный стандарт «Маркетолог», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366н. Зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации 21 июня 2018 г., рег. N 51397;
- Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019г. № 95н. Зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации 16 мая 2019г., рег. N 54635;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 6 апреля 2021 года № 245 (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
- УК – универсальные 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
- ФГАОУ ВО «СГЭУ» - федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный экономический университет»

## **Раздел 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОПОП ВО «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

### **2.1. Миссия, цели и задачи ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации»**

**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, брендов, торговых марок на российском и зарубежном рынках во всех сферах деятельности, способных максимально полно удовлетворять запросы работодателя.

**Цель:** подготовка конкурентоспособных менеджеров международного уровня 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 у обучающихся теоретической базы углубленных знаний в области организационно-экономических, правовых и этических вопросов маркетинговой деятельности с целью владения 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, продуктов, брендов;
- овладение методами маркетингового анализа, инструментами стратегического и тактического маркетинга, предпринимательства, маркетингового планирования для управления рыночными факторами 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:** магистр.

### **2.3. Объем программы**

Объем программы магистратуры составляет 120 зачетных единиц вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы магистратуры с использованием сетевой формы, реализации программы магистратуры по индивидуальному учебному плану.

Объем программы магистратуры, реализуемый за один учебный год, составляет не более 70 з.е. вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы магистратуры с использованием сетевой формы, реализации программы магистратуры по индивидуальному учебному плану (за исключением ускоренного обучения), а при ускоренном обучении - не более 80 з.е.

### **2.4. Формы обучения**

Обучение по программе магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» осуществляется в очной форме обучения.

При реализации программы магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» университет вправе применять электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

Реализация программы магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий не допускается.

### **2.5. Срок получения образования**

Срок получения образования по программе магистратуры (вне зависимости от применяемых образовательных технологий):

в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 2 года;

в очно-заочной или заочной формах обучения увеличивается не менее чем на 3 месяца и не более чем на 6 месяцев по сравнению со сроком получения образования в очной форме обучения;

при обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ОВЗ может быть увеличен по их заявлению не более чем на 6 месяцев по сравнению со сроком получения образования, установленным для соответствующей формы обучения.

### **2.6. Требования к поступающим**

К освоению программы магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» допускаются лица, имеющие высшее образование любого уровня.

## **2.7. Языки, на которых осуществляется обучение**

Образовательная деятельность по программе магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» осуществляется на государственном языке Российской Федерации – русском языке.

## **Раздел 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ ОПОП ВО «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

### **3.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников**

**Области профессиональной деятельности** и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу магистратуры, могут осуществлять профессиональную деятельность:

08 Финансы и экономика (в сферах: внутреннего и внешнего финансового контроля и аудита; финансового консультирования; управления рисками; организации закупок);

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии/

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника:

### **Типы задач профессиональной деятельности выпускников**

Выпускники образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- информационно-аналитический;
- организационно-управленческий;
- научно-исследовательский.

### **3.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО**

Перечень профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» по направлению подготовки 38.04.02 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**

| <b>Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)</b>  | <b>Тип / типы задач профессиональной деятельности (ФГОС)</b>                               | <b>Задачи профессиональной деятельности</b>  |
|---|--|--|
| 08 Финансы и экономика (в сферах: внутреннего и внешнего финансового контроля и аудита; финансового консультирования; | информационно-аналитический;<br>организационно-управленческий;<br>научно-исследовательский | Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации |

|  |  |   |
|--|--|---|
| управления рисками;<br>организации закупок);<br>06 Связь, информационные<br>и коммуникационные<br>технологии |  | Разработка, внедрение и<br>совершенствование политики<br>ценообразования в организации<br><br>Разработка, внедрение и<br>совершенствование системы<br>маркетинговых коммуникаций в<br>организации<br><br>Составление стратегии продвижения<br>проекта в информационно-<br>телекоммуникационной сети<br>«Интернет» |
|--|--|---|

**Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП ВО  
«БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

**4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами и практиками обязательной части**

**4.1.1. Универсальные компетенции выпускников**

Выпускник, освоивший программу магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации», должен обладать следующими универсальными компетенциями (УК):

| <b>Наименование категории (группы) универсальных компетенций</b> | <b>Код и наименование универсальной компетенции выпускника</b>   |
|--|--|
| Системное и критическое мышление                                 | УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий                                 |
| Разработка и реализация проектов                                 | УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла  |
| Командная работа и лидерство                                     | УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели                                     |
| Коммуникация   | УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия |
| Межкультурное взаимодействие                                     | УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия   |
| Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)  | УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки                                |



#### 4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников

Выпускник, освоивший программу магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации», должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

| Код и наименование общепрофессиональной компетенции выпускника   |
|--|
| ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления  |
| ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач  |
| ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды   |
| ОПК-4. Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций |
| ОПК-5. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты  |

#### 4.1.3. Профессиональные компетенции выпускников, самостоятельно определяемые университетом

Выпускник, освоивший программу «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации», должен обладать следующими **профессиональными компетенциями**, соответствующими типам задач профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа магистратуры (ПК):

| Тип / типы задач профессиональной деятельности   | Код и наименование профессиональной компетенции  | Основание (ПС, анализ опыта)   |
|--|--|--|
| информационно-аналитический;<br>организационно-управленческий;<br>научно-исследовательский | ПК-1 Способен создавать нематериальные активы (бренды) в организации и управлять ими   | 08.035 Профессиональный стандарт «Маркетолог», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366н. Зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации 21 июня 2018 г., рег. N 51397 |
|  | ПК-2 Способен владеть методами организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов) |  |
|  | ПК-3 Способен владеть методами   |  |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  | <p>и инструментами формирования фирменного стиля, имиджа и деловой репутации организации, разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации</p> <p>ПК-4 Способен владеть методами проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p>ПК-5 Способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой</p> | <p>06.043 Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019г. № 95н. Зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации 16 мая 2019г., рег. N 5463</p> |
|--|--|---|

Матрица формирования компетенций по ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» с индикаторами достижения представлена в Приложении 3.

Планируемые результаты обучения по каждой дисциплине и практике – индикаторы достижения компетенций, 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» <http://www.sseu.ru>.

## **Раздел 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОПОП ВО «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

### **5.1. Структура и объем ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации»**

Структура образовательной программы магистратуры «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» включает следующие блоки:

Блок 1 "Дисциплины (модули)";

Блок 2 "Практика".

Блок 3 "Государственная итоговая аттестация".

Структура и объем ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» представлены в таблице:

| <b>Структура программы магистратуры</b> |                     | <b>Объем программы магистратуры и ее блоков в з.е.</b> |
|---|---------------------|--|
| Блок 1                                  | Дисциплины (модули) | не менее 54  |
| Блок 2                                  | Практика            | не менее 18  |

|                              |                                     |            |
|------------------------------|-------------------------------------|------------|
| Блок 3                       | Государственная итоговая аттестация | не менее 6 |
| Объем программы магистратуры |                                     | 120        |

В рамках программы магистратуры выделяются обязательная часть и часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Объем обязательной части без учета объема государственной итоговой аттестации составляет более 15 процентов общего объема программы магистратуры.

## **5.2. Учебный план ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации»**

Учебный план отображает хронологическую последовательность освоения дисциплин и модулей ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации», обеспечивающих формирование компетенций; перечень учебных дисциплин и курсов по выбору обучающегося, факультативов, практик (в том числе НИР), 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 «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации»**

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 защиту выпускной квалификационной работы.

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 «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации»**

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 «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации»**

Структура ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» включает Блок 2 «Практика».

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 "Практика" входят учебная и производственная практики.

#### **Типы учебной практики:**

- ознакомительная практика.

#### **Типы производственной практики:**

- научно-исследовательская работа;
- практика по профилю профессиональной деятельности;
- преддипломная практика.

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

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик учитывает 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 «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации»; 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 Минобрнауки России от 6 апреля 2021 года № 245 для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» 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 ФГАОУ 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 «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» в полном объеме.

В Блок 3 "Государственная итоговая аттестация" входят подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

### **5.8. Другие методические материалы ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации»**

Методические указания по ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» 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 «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

**Требования к условиям реализации ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» состоят из:**

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

### **Общесистемные требования к реализации программы магистратуры**

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 магистратуры.
- 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 ФГАОУ ВО «СГЭУ».

### **Требования к кадровым условиям реализации программы магистратуры**

Программа магистратуры обеспечена педагогическими работниками университета, а также лицами, привлекаемыми университетом к реализации программы магистратуры на иных условиях.

Более 70 процентов численности педагогических работников университета, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых университетом к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

Более 5 процентов численности педагогических работников университета, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых университетом к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

Более 60 процентов численности педагогических работников университета и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности университета на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

Общее руководство научным содержанием программы магистратуры осуществляется научно-педагогическим работником университета, имеющим ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации), осуществляющим самостоятельные научно-исследовательские (творческие) проекты (участвующим в осуществлении таких проектов) по направлению подготовки, имеющим ежегодные публикации по результатам указанной научно-исследовательской (творческой) деятельности в ведущих отечественных и (или) зарубежных рецензируемых научных журналах и изданиях, а также осуществляющим ежегодную апробацию результатов указанной научно-исследовательской (творческой) деятельности на национальных и международных конференциях.

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.

### **Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы магистратуры**

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой магистратуры, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

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 обновлению (при необходимости).

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

### **Требования к финансовым условиям реализации программы**

Финансовое обеспечение реализации программы магистратуры осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования - программ магистратуры и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством науки и высшего образования Российской Федерации.

## **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 среднего профессионального образования. Программа воспитания является частью ОПОП, разрабатываемой и реализуемой в соответствии с действующим ФГОС ВО.

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 универсальных, 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 научно-исследовательской работы 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 «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» определяется в рамках системы внутренней оценки

по этапам, процедурам и с помощью инструментов, регламентированных Положением о проведении внутренней независимой оценки качества образования в ФГАОУ ВО «СГЭУ», 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 магистров университет при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации», 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 «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» 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 магистратуры в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности университета по ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» 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 магистратуры, отвечающими требованиям профессиональных стандартов, требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

#### **Раздел 10. РЕГЛАМЕНТ ПО ПРОЕКТИРОВАНИЮ, РЕАЛИЗАЦИИ И ОРГАНИЗАЦИИ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ (АКТУАЛИЗАЦИИ) ОПОП ВО «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ» В ЦЕЛОМ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЕЕ ДОКУМЕНТОВ**

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

**ПЕРЕЧЕНЬ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ, СООТВЕТСТВУЮЩИХ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ, ОСВОИВШИХ  
ОПОП ВО «БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ» ПО  
НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ  
38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

| N<br>п/п  | Код<br>профессионального<br>стандарта | Наименование области профессиональной деятельности<br>Наименование профессионального стандарта   |
|---|---------------------------------------|--|
| <b>08. Финансы и экономика</b>                                |                                       |  |
| 1.  | 08.035                                | Профессиональный стандарт "Маркетолог", утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 года N 366н.<br>Зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 21 июня 2018 года, рег. N 51397                   |
| <b>06 Связь, информационные и коммуникационные технологии</b> |                                       |  |
| 3.  | 06.043                                | Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019г. № 95н. Зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации 16 мая 2019г., рег. N 54635 |

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника по ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации»

| Обобщенная трудовая функция   | Трудовая функция   | Код и наименование профессиональной компетенции выпускника  |
|---|--|---|
| Стратегическое планирование интернет-кампаний   | Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"   | ПК-4 Способен владеть методами проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»   |
| Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга | Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации | ПК-1 Способен создавать нематериальные активы (бренды) в организации и управлять ими  |
|   | Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации   | ПК-2 Способен владеть методами организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов)  |
|   | Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций организации   | ПК-3 Способен владеть методами и инструментами формирования фирменного стиля, имиджа и деловой репутации организации, разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации<br><br>ПК-5 Способен проводить самостоятельные исследования в |

|  |  |   |   |
|--|--|---|---|
|  |  | соответствии<br>разработанной<br>программой | с |
|--|--|---|---|

**Матрица формирования компетенций по ОПОП ВО  
«Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации»  
с индикаторами достижения**

| Индекс        | Содержание  |
|---------------|---|
| УК-1          | Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий  |
| УК-1.1        | Знать: процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования и разработки стратегий проведения исследований, организации процесса принятия решения  |
| УК-1.2        | Уметь: принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем, принятия решений и разработки стратегий   |
| УК-1.3        | Владеть: методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них; методиками постановки цели и определения способов ее достижения; методиками разработки стратегий действий при проблемных ситуациях |
| Б1.О.02       | Современные проблемы менеджмента  |
| Б1.В.03       | Стратегическое маркетинговое планирование   |
| Б1.В.04       | Стратегии брендинга   |
| Б1.В.05       | Технологии и инструменты нейромаркетинга  |
| Б1.В.ДЭ.02.01 | Копирайтинг   |
| Б1.В.ДЭ.02.02 | Контент-маркетинг   |
| Б2.О.01(У)    | Учебная практика: ознакомительная практика  |
| Б2.О.03(Пд)   | Производственная практика: преддипломная  |
| Б3.01         | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы  |
| УК-2          | Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла   |
| УК-2.1        | Знать: методы управления проектами; этапы жизненного цикла проекта  |
| УК-2.2        | Уметь: разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов; разрабатывать проекты, определять целевые этапы и основные направления работ   |
| УК-2.3        | Владеть: навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере; методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах   |
| Б1.О.06       | Управление проектной деятельностью в профессиональной сфере   |
| Б1.В.ДЭ.02.01 | Копирайтинг   |
| Б1.В.ДЭ.02.02 | Контент-маркетинг   |
| Б2.О.03(Пд)   | Производственная практика: преддипломная  |
| Б2.В.01(П)    | Производственная практика: практика по профилю профессиональной деятельности  |
| Б3.01         | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы  |
| УК-3          | Способен организовывать и руководить работой команды,   |



|             |  |
|-------------|--|
|             | вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели   |
| УК-3.1      | Знать: методики формирования команд; методы эффективного руководства коллективами  |
| УК-3.2      | Уметь: разрабатывать командную стратегию; организовывать работу коллективов; управлять коллективом; разрабатывать мероприятия по личностному, образовательному и профессиональному росту |
| УК-3.3      | Владеть: методами организации и управления коллективом, планированием его действий   |
| Б1.О.06     | Управление проектной деятельностью в профессиональной сфере  |
| Б2.О.03(Пд) | Производственная практика: преддипломная   |
| Б3.01       | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы   |
| УК-4        | Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия                               |
| УК-4.1      | Знать: современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках; закономерности деловой устной и письменной коммуникации   |
| УК-4.2      | Уметь: применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения   |
| УК-4.3      | Владеть: методикой межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм и средств                                       |
| Б1.О.01     | Иностранный язык в профессиональной деятельности   |
| Б2.О.03(Пд) | Производственная практика: преддипломная   |
| Б3.01       | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы   |
| ФТД.01      | Русский язык и культура речи   |
| ФТД.02      | Русский язык как иностранный   |
| УК-5        | Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия   |
| УК-5.1      | Знать: сущность, разнообразие и особенности различных культур, их соотношение и взаимосвязь  |
| УК-5.2      | Уметь: обеспечивать и поддерживать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур и навыки общения в мире культурного многообразия                               |
| УК-5.3      | Владеть: способами анализа разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации и их разрешения   |
| Б1.О.01     | Иностранный язык в профессиональной деятельности   |
| Б1.В.05     | Технологии и инструменты нейромаркетинга   |
| Б2.О.03(Пд) | Производственная практика: преддипломная   |
| Б3.01       | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы   |
| ФТД.01      | Русский язык и культура речи   |
| ФТД.02      | Русский язык как иностранный   |
| УК-6        | Способен определять и реализовывать приоритеты собственной   |

|             |  |
|-------------|--|
|             | деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки   |
| УК-6.1      | Знать: основные принципы профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда; способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки   |
| УК-6.2      | Уметь: решать задачи собственного профессионального и личностного развития, включая задачи изменения карьерной траектории; расставлять приоритеты  |
| УК-6.3      | Владеть: способами управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки и принципов образования в течение всей жизни  |
| Б1.В.01     | Управление поведением потребителей   |
| Б2.О.03(Пд) | Производственная практика: преддипломная   |
| Б3.01       | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы   |
| ОПК-1       | Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления                           |
| ОПК-1.1     | Знать: принципы экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, методики обобщения и критического анализа практик управления   |
| ОПК-1.2     | Уметь: решать профессиональные задачи на основе инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления  |
| ОПК-1.3     | Владеть: методами обобщения и критического анализа практик управления  |
| Б1.О.02     | Современные проблемы менеджмента   |
| Б1.О.05     | Экспертно-аналитическая деятельность в профессиональной сфере  |
| Б2.О.01(У)  | Учебная практика: ознакомительная практика   |
| Б2.О.02(П)  | Производственная практика: научно-исследовательская работа   |
| Б2.О.03(Пд) | Производственная практика: преддипломная   |
| Б3.01       | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы   |
| ОПК-2       | Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач |
| ОПК-2.1     | Знать: современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа  |
| ОПК-2.2     | Уметь: использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач   |
| ОПК-2.3     | Владеть: техниками и методиками сбора данных, методами их обработки и анализа  |
| Б1.О.03     | Методы и модели поддержки принятия решений (в профессиональной области)  |
| Б1.О.04     | Прикладные программные продукты в профессиональной   |

|             |  |
|-------------|--|
|             | деятельности   |
| Б1.О.07     | Современные концепции маркетинга   |
| Б2.О.02(П)  | Производственная практика: научно-исследовательская работа   |
| Б2.О.03(Пд) | Производственная практика: преддипломная   |
| Б3.01       | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы   |
| ОПК-3       | Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды  |
| ОПК-3.1     | Знать: способы обоснования и оценки эффективности организационно-управленческих решений  |
| ОПК-3.2     | Уметь: принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной и динамичной среды  |
| ОПК-3.3     | Владеть: методами оценки операционной и организационной эффективности управленческих решений   |
| Б1.О.02     | Современные проблемы менеджмента   |
| Б1.О.05     | Экспертно-аналитическая деятельность в профессиональной сфере  |
| Б1.О.07     | Современные концепции маркетинга   |
| Б2.О.02(П)  | Производственная практика: научно-исследовательская работа   |
| Б2.О.03(Пд) | Производственная практика: преддипломная   |
| Б3.01       | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы   |
| ОПК-4       | Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций                  |
| ОПК-4.1     | Знать: принципы управления проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков; методы выявления и оценки новых рыночных возможностей  |
| ОПК-4.2     | Уметь: руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков; использовать методы выявления и оценки новых рыночных возможностей; разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций |
| ОПК-4.3     | Владеть: методами управления проектной и процессной деятельностью, методами выявления и оценки новых рыночных возможностей; навыками разработки стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций  |
| Б1.О.03     | Методы и модели поддержки принятия решений (в  |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
|                               | профессиональной области)   |
| Б1.О.06                       | Управление проектной деятельностью в профессиональной сфере   |
| Б2.О.02(П)                    | Производственная практика: научно-исследовательская работа  |
| Б2.О.03(Пд)                   | Производственная практика: преддипломная  |
| Б3.01                         | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы  |
| ОПК-5                         | Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты. |
| ОПК-5.1                       | Знать: методы обобщения и оценки научных исследований в менеджменте и маркетинге  |
| ОПК-5.2                       | Уметь: обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и маркетинге, выполнять научно-исследовательские проекты          |
| ОПК-5.3                       | Владеть: методами анализа и синтеза результатов научных исследований в менеджменте и маркетинге   |
| Б1.О.05                       | Экспертно-аналитическая деятельность в профессиональной сфере   |
| Б2.О.01(У)                    | Учебная практика: ознакомительная практика  |
| Б2.О.02(П)                    | Производственная практика: научно-исследовательская работа  |
| Б2.О.03(Пд)                   | Производственная практика: преддипломная  |
| Б3.01                         | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы  |
| Тип задач проф. деятельности: | информационно-аналитический   |
| ПК-2                          | Способен владеть методами организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов)                 |
| ПК-2.1                        | Знать: методы организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров, услуг, брендов                              |
| ПК-2.2                        | Уметь: организовать и запустить коммуникационные (рекламные) кампании в области товаров, услуг, брендов                                     |
| ПК-2.3                        | Владеть: методами организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров, услуг, брендов                          |
| Б1.В.01                       | Управление поведением потребителей  |
| Б1.В.05                       | Технологии и инструменты нейромаркетинга  |
| Б1.В.ДЭ.02.01                 | Копирайтинг   |
| Б1.В.ДЭ.02.02                 | Контент-маркетинг   |
| Б1.В.ДЭ.03.01                 | Медиапланирование   |
| Б1.В.ДЭ.03.02                 | Маркетинговая аналитика   |
| Б2.О.03(Пд)                   | Производственная практика: преддипломная  |
| Б2.В.01(П)                    | Производственная практика: практика по профилю профессиональной деятельности  |
| Б3.01                         | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы  |
| ПК-4                          | Способен владеть методами проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»    |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| ПК-4.1                        | Знать: инструменты и сервисы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»                                    |
| ПК-4.2                        | Уметь: проводить анализ эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»  |
| ПК-4.3                        | Владеть: методами и инструментами проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»                               |
| Б1.В.03                       | Стратегическое маркетинговое планирование  |
| Б1.В.ДЭ.01.01                 | Цифровой маркетинг и маркетинг в социальных сетях  |
| Б1.В.ДЭ.01.02                 | Трейд-маркетинг  |
| Б2.О.03(Пд)                   | Производственная практика: преддипломная   |
| Б2.В.01(П)                    | Производственная практика: практика по профилю профессиональной деятельности   |
| Б3.01                         | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы   |
| Тип задач проф. деятельности: | организационно-управленческий  |
| ПК-1                          | Способен создавать нематериальные активы (бренды) в организации и управлять ими  |
| ПК-1.1                        | Знать: теорию создания нематериальных активов (брендов) в организации и способы управления ими   |
| ПК-1.2                        | Уметь: разрабатывать составляющие корпоративного стиля, управлять брендом  |
| ПК-1.3                        | Владеть: навыками разработки корпоративного стиля, логотипа, модели бренда, способами управления и развития бренда   |
| Б1.В.02                       | Основы бренд-менеджмента   |
| Б1.В.04                       | Стратегии брендинга  |
| Б2.О.03(Пд)                   | Производственная практика: преддипломная   |
| Б3.01                         | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы   |
| ПК-3                          | Способен владеть методами и инструментами формирования фирменного стиля, имиджа и деловой репутации организации, разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации   |
| ПК-3.1                        | Знать: методы и инструменты формирования фирменного стиля, имиджа и деловой репутации организации, разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации                 |
| ПК-3.2                        | Уметь: использовать методы и инструменты формирования фирменного стиля, имиджа и деловой репутации организации, разрабатывать систему маркетинговых коммуникаций в организации |
| ПК-3.3                        | Владеть: методами формирования фирменного стиля, имиджа и деловой репутации организации, разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации                           |
| Б1.В.06                       | Интегрированные маркетинговые коммуникации   |
| Б1.В.07                       | Связи с общественностью и управление репутацией  |
| Б1.В.ДЭ.03.01                 | Медиапланирование  |

|                               |               |  |
|-------------------------------|---------------|--|
|                               | Б1.В.ДЭ.03.02 | Маркетинговая аналитика  |
|                               | Б2.О.03(Пд)   | Производственная практика: преддипломная   |
|                               | Б2.В.01(П)    | Производственная практика: практика по профилю профессиональной деятельности   |
|                               | Б3.01         | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы   |
| Тип задач проф. деятельности: |               | научно-исследовательский   |
|                               | ПК-5          | Способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой  |
|                               | ПК-5.1        | Знать: методы, методики и методологию проведения исследований, этапы проведения исследований и требования к разработке программы исследования  |
|                               | ПК-5.2        | Уметь: использовать общенаучные методы познания и экономической науки для решения задач исследования; использовать и разрабатывать модели анализируемых процессов исследования в соответствии с разработанной программой |
|                               | ПК-5.3        | Владеть: навыками систематизации научного знания, методологией научного познания; навыками самостоятельного ведения научного поиска и исследования в соответствии с разработанной программой                             |
|                               | Б1.В.03       | Стратегическое маркетинговое планирование  |
|                               | Б2.О.02(П)    | Производственная практика: научно-исследовательская работа   |
|                               | Б2.О.03(Пд)   | Производственная практика: преддипломная   |
|                               | Б3.01         | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы   |