


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Национальный исследовательский Томский государственный университет

	Утверждаю: Проректор по учебной работе В.В. Демин 04 2014 г.
	Номер внутривузовской регистрации 11-08

**Основная образовательная программа
высшего профессионального образования**

38.04.02 «Менеджмент»

(указывается код и наименование направления подготовки)

«Маркетинг и маркетинговые коммуникации»

(указывается наименование профиля подготовки)

Квалификация (степень)

Магистр

Форма обучения

очная
очно-заочная

Томск-2014

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения

- 1.1. Основная образовательная программа (ООП) магистратуры (магистерская программа)
- 1.2. Нормативные документы для разработки магистерской программы
- 1.3. Общая характеристика магистерской программы
- 1.4. Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения магистерской программы

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника магистерской программы

- 2.1. Область профессиональной деятельности выпускника
- 2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника
- 2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника
- 2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

3. Компетенции выпускника ООП магистратуры, формируемые в результате освоения магистерской программы

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации магистерской программы

- 4.1. Календарный учебный график
- 4.2. Учебный план подготовки магистра
- 4.3. Рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей)
- 4.3. Программы практик и организация научно-исследовательской работы обучающихся

5. Фактическое ресурсное обеспечение магистерской программы

6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися магистерской программы

- 7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
- 7.2. Итоговая государственная аттестация выпускников магистерской программы

8. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся

Приложения

1. Общие положения

Основная образовательная программа магистратуры (далее – магистерская программа) «Маркетинг и маркетинговые коммуникации» реализуемая в Национальном исследовательском Томском государственном университете по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную высшим учебным заведением самостоятельно с учетом требований рынка труда на основе федерального государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего профессионального образования (ФГОС ВПО), а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы.

Магистерская программа регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы практик, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

1.2. Нормативные документы для разработки магистерской программы по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»

Нормативную правовую базу разработки данной магистерской программы составляют:

- Федеральные законы Российской Федерации: «Об образовании» (от 10 июля 1992 г. №3266-1); Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации";
- Типовое положение об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении), утвержденное постановлением Правительства Российской Федерации от 14 февраля 2008 г. №71;
- Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» высшего профессионального образования (магистратура), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 ноября 2009 г. № 636
- Нормативно-методические документы Минобрнауки России;
- Примерная основная образовательная программа (ПрООП ВПО) подготовки магистров по направлению подготовки, утвержденная ректором (носит рекомендательный характер);
- Устав вуза Национального исследовательского Томского государственного университета
- Нормативно-методические документы Минобрнауки России;

1.3. Общая характеристика магистерской программы «Маркетинг и маркетинговые коммуникации» реализуемая в Национальном исследовательском Томском государственном университете по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»

1.3.1. Цель магистерской программы

ООП магистратуры имеет своей целью развитие у студентов личностных качеств и формирование общекультурных (общенаучных, социально-личностных, инструментальных) и профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС ВПО и ПрООП ВПО по данному направлению подготовки. Изучение теоретических и практических аспектов управления организацией как сложной социально-экономической системой и подготовка специалистов, обладающих видением и способными принимать стратегические и тактические решения в различных областях функционирования организации. Овладение теоретическими и практическими навыками применения научных подходов, принципов и методов

менеджмента организации, развитие поведенческих и коммуникативных навыков как неотъемлемых составляющих компетенций современного профессионального управленца.

1.3.2. Срок освоения магистерской программы 2 года в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению.

1.3.3. Трудоемкость магистерской программы 120 зачетных единиц за весь период обучения в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ООП.

1.4. Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения магистерской программы «Маркетинг и маркетинговые коммуникации»

Лица, имеющие диплом бакалавра и желающие освоить данную магистерскую программу, зачисляются в магистратуру по результатам вступительных испытаний, программы которых разрабатываются вузом с целью установления у поступающего наличия следующих компетенций:

- общекультурными (ОК);
- профессиональными (ПК): организационно-управленческая деятельность, информационно-аналитическая деятельность, предпринимательская деятельность,

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника магистерской программы «Маркетинг и маркетинговые коммуникации»

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

Область профессиональной деятельности, магистра, в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению подготовки, включает:

- организации любой организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие, государственные, муниципальные), в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления;
- органы государственного и муниципального управления;
- структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и реализующими собственное дело;
- научно-исследовательские организации, связанные с решением управленческих проблем;
- учреждения системы высшего и дополнительного профессионального образования.

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника

Объектами профессиональной деятельности магистра в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению являются:

- процессы управления организациями различных организационно-правовых форм;
- процессы государственного и муниципального управления;
- научно-исследовательские процессы.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника

Виды профессиональной деятельности магистра в соответствии с ФГОС ВПО:

- организационно-управленческая;
- аналитическая;
- научно-исследовательская;
- педагогическая.

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

Задачами профессиональной деятельности выпускника формулируются для каждого вида профессиональной деятельности по данному направлению подготовки ВПО на основе соответствующих ФГОС ВПО и ПроОП ВПО в соответствии с профильной направленностью магистерской программы и видами профессиональной деятельности

являются:

организационно-управленческая:

- управление организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;
- разработка стратегий развития организаций и их отдельных подразделений;

аналитическая:

- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений;
- анализ существующих форм организации управления; разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;
- анализ и моделирование процессов управления.

научно-исследовательская:

- выявление и формулирование актуальных научных проблем;
- разработка программ научных исследований и разработок, организация их выполнения;
- разработка методов и инструментов проведения исследований и анализа их результатов;
- разработка организационно-управленческих моделей процессов, явлений и объектов, оценка и интерпретация результатов;
- поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования;
- подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций;

педагогическая:

- преподавание управленческих дисциплин;
- разработка образовательных программ и учебно-методических материалов.

3. Компетенции выпускника ООП магистратуры, формируемые в результате освоения магистерской программы «Маркетинг и маркетинговые коммуникации»

Результаты освоения ООП магистратуры определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личностные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате освоения указанной магистерской программы выпускник должен обладать следующими компетенциями:

общекультурными компетенциями (ОК):

- способностью развивать свой общекультурный и профессиональный уровень и самостоятельно осваивать новые методы исследования (ОК- 1);
- способностью к изменению профиля своей профессиональной деятельности (ОК- 2);
- способностью самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения (ОК- 3);
- способностью принимать организационно-управленческие решения и оценивать их последствия (ОК-4);
- свободным владением иностранным языком как средством профессионального общения (ОК -5);
- обладает навыками публичных деловых и научных коммуникаций (ОК-6);

профессиональными компетенциями (ПК):

организационно-управленческая:

- способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1);
- способностью разрабатывать корпоративную стратегию (ПК-2);

- умением использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-3);
- способностью разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-4);

аналитическая:

- способностью использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами (ПК-5);
- владением методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-6);
- владением методами стратегического анализа (ПК-7);
- способностью готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности (ПК-8)

научно-исследовательская:

- способностью обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы (ПК-9);
- способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования (ПК-10);
- способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-11);
- способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (ПК-12);

педагогическая:

- способностью применять современные методы и методики преподавания управленческих дисциплин (ПК-13);
- способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение для преподавания управленческих дисциплин (ПК-14).

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации магистерской программы «Маркетинг и маркетинговые коммуникации»

В соответствии с п.39 Типового положения о вузе и ФГОС ВПО магистратуры по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ООП магистратуры регламентируется учебным планом; рабочими программами учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей); материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся; программами учебных и производственных практик; годовым календарным учебным графиком, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

4.1. Календарный учебный график.

Представлен в Приложение 1

4.2. Учебный план подготовки магистра.

Представлен в Приложение 2

4.3. Рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей)

Представлены в Приложении

4.4. Программы практик и организация научно-исследовательской работы обучающихся.

4.4.1. Программы практик

В соответствии с ФГОС ВПО магистратуры по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» практика является обязательным разделом основной образовательной программы магистратуры. Она представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

При реализации данной магистерской программы предусматриваются следующие виды практик:

- научно-исследовательская;
- научно-производственная;
- научно-педагогическая

Перечень предприятий, учреждений и организаций, с которыми вуз должен заключить договора в соответствии со статьей 11, п.9 ФЗ «О высшем и послевузовском профессиональном образовании»: Сибирский банк Сбербанка России, ОАО «Газпромбанк», КПМГ, ЗАО «Сибирская Аграрная Группа», ТПК «САВА».

(программы практик представлены в Приложении 3)

4.4.2. Организация научно-исследовательской работы обучающихся.

В соответствии с ФГОС ВПО магистратуры по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» научно-исследовательская работа обучающихся является обязательным разделом основной образовательной программы магистратуры и направлена на формирование общекультурных (универсальных) и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и целями данной магистерской программы.

Виды научно-исследовательской работы магистранта, этапы и формы контроля ее выполнения

Планирование и организация НИР для магистрантов по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» вуз руководствуется требованиями к организации научно-исследовательской работы обучающихся, сформулированными в разделе 7 ФГОС.

Научно-исследовательская работа обучающихся является обязательным разделом основной образовательной программы магистратуры и направлена на формирование общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями настоящего ФГОС ВПО и ООП вуза.

Предусматриваются следующие виды и этапы выполнения и контроля научно-исследовательской работы обучающихся:

- планирование научно-исследовательской работы, включающее ознакомление с тематикой исследовательских работ в данной области и выбор темы исследования, написание реферата по избранной теме;
- проведение научно-исследовательской работы;
- составление отчета о научно-исследовательской работе;
- публичная защита выполненной работы.

Основной формой планирования и корректировки индивидуальных планов научно-исследовательской работы обучаемых является обоснование темы, обсуждение плана и промежуточных результатов исследования в рамках научно-исследовательского семинара. В процессе выполнения научно-исследовательской работы и в ходе защиты ее результатов проводится широкое обсуждение в учебных структурах вуза с привлечением работодателей и ведущих исследователей, позволяющее оценить уровень приобретенных знаний, умений и сформированных компетенций обучающихся.

5. Фактическое ресурсное обеспечение магистерской программы «Маркетинг и маркетинговые коммуникации»

ООП обеспечивается учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам. Научная библиотека Томского государственного университета располагает фондом в 4 млн. экземпляров, а также сетью электронных ресурсов, необходимых для обеспечения ООП магистратуры по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» в

(Электронная библиотека издательского дома «Гребенников», E- library, российские и зарубежные сетевые журналы и проч.). В НБ Томского госуниверситета осуществляется подписка по большому перечню журналов, обеспечивающих подготовку по направлению 080200 «Менеджмент»: Менеджмент в России и за рубежом, Проблемы теории и практики управления, Менеджмент сегодня, Проблемы теории и практики управления; Маркетинг, Маркетинг и маркетинговые исследования, Маркетинг в России и за рубежом, Практический маркетинг; Управление персоналом, Управление человеческим потенциалом; РИСК, Логистика, Логинфо, Логистика сегодня и многие другие.

Для проведения:

- лекционных занятий имеются оснащённые аудитории;
- семинарских и практических занятий - компьютерные классы, специально оснащённые аудитории, разработанные учебно-методические пособия по курсам;
- самостоятельной работы - фонды НБ Томского государственного университета; электронные учебники и электронная библиотека, учебно-методический кабинет ВШБ, рабочие места с выходом в Интернет (по адресу г. Томск, пр.Ленина 36 2, Главный корпус Томского госуниверситета).

6. Характеристика среды вуза, обеспечивающая развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников.

В Томском государственном университете созданы условия для всестороннего развития личности, а также регулирования социально-культурных процессов, способствующих укреплению нравственных, гражданских, общекультурных качеств обучающихся.

В Томском государственном университете созданы и действуют музыкальные народные самодеятельные коллективы: (хоровая капелла, ансамбль скрипачей, джаз-оркестр ТГУ 62, камерный симфонический оркестр); театральные народные самодеятельные коллективы: (литературно-художественный театр, театр драмы и комедии «В университетской роще», театр миниатюр «Эстус»); хореографическое объединение (театр танца «Зеркало», танцевально-спортивный клуб «Твист», студия танца «Жемчужина» ТГУ, театр-студия «Мистерия танца», Ансамбль народного танца ТГУ, дэнс команда «Эйдос»).

Занятия, репетиции, выступления проводятся в оснащенных необходимым оборудованием помещениях Центра учебно-воспитательной и культурно-досуговой творческой деятельности Томского государственного университета. Это структурное подразделение Томского государственного университета, размещается в отдельном здании, построенном в 1984 году (прежнее название – Актный зал Томского государственного университета). Здание ЦК расположено за главным корпусом и соединено с ним переходом.

Основные задачи Центра учебно-воспитательной и культурно-досуговой творческой деятельности:

- удовлетворение потребностей обучающихся и работников Томского государственного университета в творческом, культурном и нравственном развитии посредством участия в разнообразных формах учебной, воспитательной, творческой, культурной и досуговой деятельности ЦК;
- повышение статуса Томского государственного университета как общекультурного центра Сибири и Российской Федерации;
- развитие корпоративной культуры, укрепление авторитета и престижа Томского государственного университета;
- эстетическое и нравственное воспитание, формирование гражданской позиции студенчества;
- развитие творчества, культуры и искусств, организация взаимодействия подразделений Томского государственного университета в направлении совершенствования форм образовательной и учебно - воспитательной деятельности;
- пропаганда творческих достижений различных областей культуры и искусства.

Спортивный клуб Томского государственного университета включает в себя клуб аквалангистов Скат, альпинистский клуб, клуб горного туризма «Берендеи», спелеологический клуб «Спектр», шахматный клуб, клуб каратэ-до «Агат». Тренировки и соревнования проводятся в специализированных и оснащенных помещениях Дома спорта Томского государственного университета, игровых спортивных залах, имеется 25-метровый плавательный бассейн, на футбольном стадионе с игровыми площадками, беговыми дорожками и секторами для метаний общей площадью 12000 кв.м.. Для занятий в зимнее время на лыжной базе имеется 400 пар лыж.

Психолого-консультационная и специальная профилактическая работа осуществляется Психологической службой Томского государственного университета. Основная цель деятельности – создание системы психологического сопровождения учебно-воспитательного процесса и профессионализации студентов Томского государственного университета, проводит индивидуальные консультации, тренинговые и образовательные программы, направленные на формирование коммуникативных, профессиональных и личностных компетенций, проводит исследования особенностей социально-психологической адаптации первокурсников. Работает студенческий телефон доверия. На базе психологической службы реализуются проекты: «Коммуникативный клуб», «Психологические среды», «Сессия без стресса», «Тайм-менеджмент», тренинг личностного роста. Для выпускников разработан проект «Успешный профессиональный старт».

В Томском государственном университете имеется 6 благоустроенных общежитий, в частности, общежитие по адресу ул. Советская, 59, в котором проживают студенты Экономического факультета.

Профсоюзная организация студентов Томского государственного университета координирует и осуществляет работу студентов, вовлекает их в массовые мероприятия, которые позволяют раскрыть способности, а также регулировать социально-культурные процессы. Профком студентов сотрудничает с межвузовской поликлиникой, организует встречи – беседы по профилактике туберкулеза и др. заболеваний.

В Томском государственном университете имеется профилакторий, работающий круглый год, в котором студенты могут поправить свое здоровье во время учебы. Сезоны в санатории-профилактории сформированы по видам заболевания: сердечнососудистые, желудочно-кишечные, дыхательные и т.п. В профилактории студенты могут получить разные физиопроцедуры: массаж, гидромассаж, ингаляция, электрофорез и другие процедуры. В санатории трехразовое питание, проживание в трехместных комнатах. Среди студентов такой вид оздоровления пользуется успехом, т.к. очень удобно без отрыва от учебы качественно поправить свое здоровье.

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися магистерской программы «Маркетинг и маркетинговые коммуникации».

В соответствии с ФГОС ВПО магистратуры по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» и Типовым положением о вузе оценка качества освоения обучающимися основных образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и итоговую государственную аттестацию обучающихся.

7.1. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация.

Оценка качества освоения магистерской программы «Маркетинг и маркетинговые коммуникации» по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» включает текущий контроль обучающихся, промежуточную аттестацию и итоговую государственную аттестацию выпускников.

Конкретные формы и процедуры текущего контроля по каждой дисциплине разрабатываются кафедрами Томского государственного университета, обеспечивающих соответствующую дисциплину.

Фонды оценочных средств являются полным и адекватным отображением требований

ФГОС ВПО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», соответствуют целям и задачам программы, учебному плану. Фонды оценочных средств призваны обеспечить оценку качества общекультурных и профессиональных компетенций, приобретаемых выпускником.

При разработке оценочных средств для контроля качества изучения дисциплин, практик учитываются все виды связей между включенными в них знаниями, умениями, навыками, позволяющие установить качество сформированных у обучающихся компетенций по видам деятельности и степень общей готовности выпускников к профессиональной деятельности.

При проектировании оценочных средств необходимо предусматривать оценку способности обучающихся к творческой деятельности, их готовности вести поиск решения новых задач, связанных с недостаточностью конкретных специальных знаний и отсутствием общепринятых алгоритмов профессионального поведения.

Томским государственным университетом созданы условия для максимального приближения системы оценивания и контроля компетенций магистров к условиям их будущей профессиональной деятельности. С этой целью кроме преподавателей конкретной дисциплины в качестве внешних экспертов активно используются работодатели (представители заинтересованных предприятий), преподаватели, читающие смежные дисциплины.

7.2. Итоговая государственная аттестация выпускников магистерской программы «Маркетинг и маркетинговые коммуникации» по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент».

Итоговая государственная аттестация выпускника магистратуры является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме. ИГА включает защиту магистерской выпускной квалификационной работы