

**Общая характеристика
образовательной программы
высшего образования
по специальности 080111.65 Маркетинг**

Квалификация выпускника – маркетолог

Срок освоения образовательной программы по очной форме – 5 лет

Целью образовательной программы является подготовка выпускника, способного решать профессиональные задачи в информационно-аналитической, товарно-производственной, сбытовой, экономико-управленческой, в том числе проектно-плановой деятельности.

Маркетолог - это специалист, основным результатом деятельности которого является устойчивое функционирование и развитие предприятия (организации) в конкурентной среде на основе гармонизации интересов потребителей и предприятия (организации). Он осуществляет анализ, координацию и регулирование деятельности всех структур предприятия с учетом изменений в окружающей среде, исследует рынок, его конъюнктуру, потребности и спрос, их динамику и в соответствии с этим определяет стратегии предприятия в условиях конкуренции, готовит предложения по развитию товарного ассортимента, определяет ценовую политику, выбирает каналы распределения с учетом факторов, влияющих на сбыт (продажи) товара, формирует коммуникационную политику, принимает участие в разработке программ стратегического и оперативного планирования, определяет эффективность маркетинговой деятельности.

**Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения
образовательной программы высшего образования по специальности
080111.65 Маркетинг**

Для освоения образовательной программы высшего образования подготовки специалиста абитуриент должен иметь уровень образования не ниже среднего общего и подтверждающий его документ государственного образца о среднем общем образовании, или о начальном профессиональном образовании с получением среднего общего образования, или о среднем профессиональном образовании, или о высшем профессиональном образовании.

Абитуриент должен иметь знание базовых ценностей мировой культуры; владеть государственным языком общения, понимать законы развития природы и общества, иметь способность занимать активную гражданскую позицию и навыки самооценки, обладать знаниями как в области гуманитарных, так и математических дисциплин, желанием продолжить изучение дисциплин, а также склонность к работе на персональном компьютере. Абитуриент должен быть психологически устойчив и нацелен в будущей трудовой деятельности на работу в коллективе.

Характеристика специалиста, область и объекты профессиональной деятельности

Деятельность маркетолога направлена на обеспечение взаимодействия служб предприятий различных организационно - правовых форм в целях эффективной деятельности на рынке с учетом требований потребителя, внутренних возможностей предприятия, отраслевой специфики, технологии, организации производства, эффективного природопользования.

Объектами профессиональной деятельности маркетолога являются: предприятия, коммерческие организации различных организационно-правовых форм отраслей народного хозяйства, некоммерческие организации и объединения, требующие профессиональных знаний в области маркетинговой деятельности.

Основные виды профессиональной деятельности специалиста:

- информационно-аналитическая;
- товарно-производственная;
- сбытовая;
- экономико-управленческая, в том числе проектно-плановая.

Конкретные виды профессиональной деятельности, к которым готовится специалист, определяются высшим учебным заведением совместно с обучающимися, научно-педагогическими работниками высшего учебного заведения и объединениями работодателей.

Маркетолог подготовлен к продолжению образования в аспирантуре.

Требования к профессиональной подготовленности выпускника

В результате освоения образовательной программы высшего образования выпускник по специальности 080111.65 Маркетинг умеет решать задачи, соответствующие его квалификации и квалификационным требованиям государственного образовательного стандарта:

- знает основы гуманитарных, социально-экономических, математических и естественнонаучных дисциплин для решения профессиональных, социальных, научных и педагогических задач;
- знает законы функционирования рынка и средств его регулирования;
- знает тенденции развития спроса, разработки стратегии развития предприятия и тактики его рыночного поведения;
- знает экономическое регулирование деятельности предприятия;
- знает методы выявления и формирования новых потребностей, оценки их роли в структуре потребностей различных групп потребителей;
- знает подходы к разработке товарной и коммуникационной политики фирмы;
- знает стратегии сбыта, каналы распределения и организацию системы товародвижения и продаж;
- знает специфику работы предприятия в различных отраслях и сферах деятельности;

- умеет анализировать рыночную ситуацию, обеспечивать конкурентоспособность продвигаемых товаров и услуг;
- умеет использовать информационные технологии для решения маркетинговых задач;
- умеет разбираться в аналитических материалах участников рыночных отношений: собственников, кредиторов, поставщиков и покупателей;
- умеет определять степень финансовой устойчивости предприятия и его деловой активности, эффективность предпринимательской деятельности;
- умеет разрабатывать товарную политику предприятия (организации);
- умеет правильно выбирать цели, методы и стратегии ценообразования для внутренних и международных рынков;
- умеет разрабатывать стратегию сбытовой деятельности предприятия (организации);
- умеет создавать систему коммуникаций по продвижению товаров и услуг, формировать имидж предприятия;
- умеет организовать работу службы маркетинга и координировать ее с деятельностью других служб.

Сведения о профессорско-преподавательском составе

Реализация основных образовательных программ специалитета обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью.

Доля преподавателей, имеющих ученую степень и/или ученое звание, в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по данной образовательной программе, составляет не менее 50 процентов, ученую степень доктора наук (в том числе степень, присваиваемую за рубежом, документы о присвоении которой прошли установленную процедуру признания и установления эквивалентности) и/или ученое звание профессора должны иметь не менее восьми процентов преподавателей.

Преподаватели профессионального цикла имеют базовое образование и/или ученую степень, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины. Не менее 30 процентов преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих учебный процесс по профессиональному циклу, имеют ученые степени или ученые звания. К образовательному процессу привлечено не менее пяти процентов преподавателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций.

До 10 процентов от общего числа преподавателей, имеющих ученую степень и/или ученое звание, может быть заменено преподавателями, имеющими стаж практической работы по данному направлению на должностях руководителей или ведущих специалистов более 5 последних лет.

Доля преподавателей из числа внешних совместителей, привлекаемых к учебному процессу по дисциплинам профессионального цикла, не более 50 процентов.