

Министерство образования и науки Российской Федерации

**Федеральное государственное бюджетное
образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Пермский государственный национальный
исследовательский университет»**

**Утверждено на заседании
Ученого совета
университета
от 02.03.2011 №7**

**Основная образовательная программа
высшего профессионального образования**

Направление подготовки

38.04.02 Менеджмент

Магистерская программа

Инновационные маркетинговые технологии

Квалификация (степень)

магистр

Учтены изменения 2013 года

1. Общие положения

Основная образовательная программа (далее - ООП), реализуемая в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Пермский государственный национальный исследовательский университет» (далее - Университет), по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерской программе Инновационные маркетинговые технологии, представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (далее - ФГОС ВПО), а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы высшего профессионального образования (далее - ПООП ВПО).

ООП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: календарный учебный график, учебный план, рабочие программы дисциплин (модулей), программы учебной и производственной практик, материалы, обеспечивающие воспитание и качество подготовки обучающихся, методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии. Нормативную правовую базу разработки ООП составляют:

- Закон Российской Федерации от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ "Об образовании";
- Типовое положение об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении), утвержденное постановлением Правительства Российской Федерации от 14.02.2008 г. № 71 (далее - Типовое положение о вузе);
- ФГОС по направлению подготовки 080200.68 Менеджмент ВПО, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «18» ноября 2009 г. №636
- Нормативно-методические документы Министерства образования и науки Российской Федерации;
- ПООП ВПО по направлению подготовки; (носит рекомендательный характер);
- Устав федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Пермский государственный национальный исследовательский университет».
- Приказ от 18 ноября 2013 г. № 1245 «Об установлении соответствия направлений подготовки высшего образования – бакалавриата, направлений подготовки высшего образования – магистратуры, специальностей высшего образования – специалитета, перечни которых утверждены приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 сентября 2013 г. № 1061, направлениям подготовки высшего профессионального образования, подтверждаемого присвоением лицам квалификаций (степеней) «бакалавр» и «магистр», перечни которых утверждены приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 сентября 2009 г. № 337, направлениям подготовки (специальностей) высшего профессионального образования, подтверждаемого присвоением лицу квалификации (степени) «специалист», перечень которых утвержден постановлением Правительства Российской Федерации от 23 декабря 2009 г. № 1136».

1.1. Цель ООП

ООП направления подготовки 38.04.02 "Менеджмент", магистерской программы "Инновационные маркетинговые технологии" имеет своей целью обеспечить качественное, доступное, современное образование как условие подготовки конкурентоспособной личности, обладающей экономическим мышлением, отвечающей потребностям регионального, федерального и мирового сообщества, готовой реализовать себя в профессиональной и социальной сферах.

Магистерская программа "Инновационные маркетинговые технологии" предполагает формирование и становление профессиональной компетентности выпускника как интегративной характеристики, определяющей его способность и готовность разрабатывать маркетинговые стратегии продвижения как традиционных, так и инновационных товаров, реализовывать венчурные проекты, проводить маркетинговые исследования инноваций, патентный анализ, формировать и управлять брендом компании, планировать и организовывать маркетинговые коммуникации с целью

позиционирования компаний на рынке, а также решать профессиональные проблемы и задачи, возникающие в реальных условиях профессиональной деятельности с использованием знаний, жизненного опыта и ценностей.

1.2 Срок освоения и трудоемкость ООП

Наименование ООП	Квалификация (степень)		Нормативный срок освоения ООП, включая последипломный отпуск	Трудоемкость в зачетных единицах*
	Код в соот- ветствие с при- нятой клас- сификацией ООП	Наименование		
ООП магистратуры по направлению 38.04.02 Менеджмент	38.04.02	магистр	2	120

* 1 зачетная единица равна 36 академическим часам. Трудоемкость ООП за учебный год равна 60 зачетным единицам.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

Областью профессиональной деятельности магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент является:

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 развивающими 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 магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент являются:

процессы управления организациями различных организационно-правовых форм;

процессы государственного и муниципального управления;

научно-исследовательские процессы.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника

Магистры готовятся к следующим видам профессиональной деятельности: организационно-управленческая деятельность, аналитическая деятельность, научно-исследовательская деятельность, педагогическая деятельность

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

Магистр должен быть подготовлен к решению следующих профессиональных задач:

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

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.

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

3. Требования к результатам освоения ООП

3.1. Компетенции, формируемые в результате освоения ООП

ОК. 1 способность развивать свой общекультурный и профессиональный уровень и самостоятельно осваивать новые методы исследования

ОК.2 способность к изменению профиля своей профессиональной деятельности

ОК.3 способность самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения

- способность самостоятельно использовать новые знания и умения
- способность самостоятельно приобретать новые знания и умения

ОК.4 способность принимать организационно-управленческие решения и оценивать их последствия

- способность оценивать последствия принимаемых организационно-управленческих решений
- способность принимать организационно-управленческие решения

ОК.5 свободное владение иностранным языком как средством профессионального общения

ОК.6 обладает навыками публичных деловых и научных коммуникаций

- обладает навыками публичных деловых коммуникаций
- обладает навыками публичных научных коммуникаций

ОКВ.1 знать современные проблемы философии и способы их решения

ОКВ.4 владеет количественными методами исследований в экономике

ПК. 1 способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями

- способность управлять сетями
- способность управлять группами (командами) сотрудников
- способность управлять проектами
- способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников на основе знаний моделей поведения экономических агентов и рынков

ПК.2 способность разрабатывать корпоративную стратегию

ПК.3 умение использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач

ПК.4 способность разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию

ПК. 5 способность использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами

ПК.6 владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

ПК.7 владение методами стратегического анализа

ПК. 8 способность готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности

- способность готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами
- способность готовить аналитические материалы для оценки эффективности бизнес-процессов

ПК.9 способность обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы

- способность обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и

зарубежными исследователями

- способность выявлять и формулировать актуальные научные проблемы

ПК. 10 способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования

- способность обосновывать актуальность избранной темы научного исследования
- способность обосновывать актуальность и значимость избранной темы исследования
- способность обосновывать теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования

исследования

ПК. 11 способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой

- готовность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой
- способность разработать программу исследований
- способность проводить самостоятельные исследования

ПК. 12 способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада

- способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета
- способность представлять результаты проведенного исследования в виде статьи или доклада

ПК. 13 способность применять современные методы и методики преподавания управленческих дисциплин

ПК. 14 способность разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение для преподавания управленческих дисциплин

ПКВ.1 способность использовать информационные технологии в профессиональной деятельности

- способность использовать информационные технологии в управлении бизнес-процессами
- способность применять информационные технологии в профессиональной деятельности
- способность использовать количественные методы обработки информации для проведения исследований

исследований

ПКВ.2 знать особенности ведения бизнеса в глобальной среде

- знает особенности инновационных экосистем и возможности их использования в бизнесе
- владеть методами и приемами генерирования идей в бизнесе

ПКВ.4 владеет основами технологий медиа-коммуникаций

ПКВ.6 знать особенности международного маркетинга

- владеть методами экономического анализа рынков в глобальной среде
- способность принимать управленческие решения в международном маркетинге

ПКВ.7 способен применить знание иностранного языка в профессиональной деятельности

- способен применить знание английского языка в профессиональной деятельности
- способен применить знание немецкого языка в профессиональной деятельности
- способен применить знание французского языка в профессиональной деятельности

ПКВ.8 владеть понятийным аппаратом, методами и инструментарием управления бизнесом

ПКВ.9 способен продемонстрировать навыки самостоятельной научно-исследовательской работы, способен порождать новые идеи

- готовность проводить научные исследования и получать новые научные и прикладные результаты
- владеть методологией проведения научных исследований

ПКВ.10 Владеет методикой инновационного маркетинга в современной экономике

• способность создавать проекты в области e-Commerce, включающие бизнес-планирование, проектирование и продвижение

- владеет теоретическими знаниями и практическими навыками анализа внешнеэкономической деятельности предприятий

ПКВ.11 уметь управлять развитием организации, осуществлять анализ и разработку стратегии организации с учетом отраслевой специфики

- способность разрабатывать маркетинговый план предприятия с применением маркетинга

рационального природопользования

- уметь разрабатывать и реализовывать маркетинговые стратегии организаций
- знать методы и способы разработки маркетинговых стратегий организаций
- способность разрабатывать маркетинговый план организации с учетом специфики подотраслей промышленности

промышленности

- знать особенности инновационных экосистем и возможности их использования в бизнесе
- уметь управлять развитием организации и формировать маркетинговую систему управления организацией

организацией

- способность разрабатывать маркетинговый план организации с учетом специфики рынка услуг

ПКВ.12 уметь осуществлять планирование бизнес-процессов

- уметь применять базовые принципы бизнес-планирования в практической деятельности
- знание базовых принципов бизнес-планирования
- уметь осуществлять планирование бизнес-процессов с учетом специфики сервисного обслуживания

обслуживания

ПКВ.13 знать модели поведения экономических агентов и рынков

ПКВ.14 уметь применять нормативные документы в целях защиты интеллектуальной собственности в предпринимательской деятельности

ПКВ.15 знать основные направления инновационных исследований в сфере товаров и услуг

- уметь использовать новейшие маркетинговые технологии в сфере продвижения товаров и услуг
- способность использовать технологии брендинга и ребрендинга инновационных товаров и услуг
- уметь управлять маркетинговыми стратегиями продвижения инновационных товаров и услуг
- использовать достижения основных направлений отраслевых исследований для формирования маркетинговых стратегий продвижения инновационных товаров и услуг

маркетинговых стратегий продвижения инновационных товаров и услуг

ПКВ.16 уметь осуществлять управление нематериальными активами в предпринимательской деятельности

ПКВ.17 владеть технологиями эффективного построения персональных продаж

4. Ресурсное обеспечение ООП

4.1. Кадровое обеспечение

Кадровое обеспечение ООП сформировано на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, с учетом рекомендаций ООП.

- базовое образование преподавателей соответствует профилям преподаваемых дисциплин (модулей);

- преподаватели систематически занимаются научной и (или) научно-методической деятельностью; о чем свидетельствуют ежегодные отчеты по научной и учебно-методической работе кафедр, ведущих занятия по дисциплинам учебного плана.

- преподаватели профессионального цикла соответствуют требованиям ФГОС ВПО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент

- Общее руководство научным содержанием и образовательной частью ООП магистратуры осуществляет Новикова Ксения Владимировна. Руководитель программы магистратуры за последние 5 лет имеет 46 публикаций в отечественных научных журналах, 0 публикаций в зарубежных реферируемых журналах, имеет публикации в трудах национальных и международных конференций, симпозиумов.

Непосредственное руководство магистрами осуществляется руководителями, имеющими ученую степень и ученое звание.

4.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение (обеспеченность литературой)

Блоки дисциплин учебного плана	Коэфф. книгообеспеченности
--------------------------------	----------------------------

Блоки дисциплин учебного плана	Коэфф. книгообеспеченности
Общенаучный цикл. Базовая часть	1.00
Общенаучный цикл. Вариативная часть	0.71
Общенаучный цикл. Дисциплины по выбору студента	1.00
Профессиональный цикл. Базовая часть	0.86
Профессиональный цикл. Вариативная часть	0.83
Профессиональный цикл. Дисциплины по выбору студента	0.90
Факультативные дисциплины	0.96

4.3. Материально-техническое обеспечение

Материально-техническая база обеспечивается наличием:

четырёх компьютерных классов, семи специализированных лекционных и шести семинарских аудиторий, оснащенных мультимедийными устройствами, одной специализированной аудиторией для изучения иностранного языка.

Программное обеспечение используемое в учебном процессе:

- в рамках программы MSDN AA (Microsoft) - неограниченное количество;
- Microsoft Office 2007 - 50 лицензий, Project Expert 7-20 лицензий.

5. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников

Устав Университета определяет в качестве основных воспитательных задач Университета задачи удовлетворения потребностей личности в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии, воспитания у обучающихся чувства патриотизма, любви и уважения к народу, национальным традициям и духовному наследию России, бережного отношения к репутации Университета, формирования у обучающихся гражданской позиции, способности к труду и жизни в условиях современной цивилизации и демократии, которые реализуются в совместной образовательной, научной, производственной, общественной и иной деятельности обучающихся и работников.

Воспитательная деятельность в Университете осуществляется системно через учебный процесс, производственную практику, научно-исследовательскую работу студентов и систему внеучебной работы по всем направлениям. В вузе создана воспитательная среда, обеспечивающая развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников.

Основные характеристики воспитательной среды вуза:

- Это среда, построенная на ценностях, устоях общества, нравственных ориентирах, принятых вузовским сообществом.
- Это правовая среда, где в полной мере действует основной закон нашей страны Конституция РФ, законы, регламентирующие образовательную деятельность, работу с молодежью, и более частное - Устав Университета и правила внутреннего распорядка.
- Это высокоинтеллектуальная среда, содействующая приходу молодых одаренных людей в фундаментальную и прикладную науку, где сообщество той или иной научной школы - одно из важнейших средств воспитания студентов.
- Это среда высокой коммуникативной культуры, толерантного диалогового взаимодействия студентов и преподавателей, студентов друг с другом.
- Это среда продвинутых информационно-коммуникационных технологий.
- Это среда, открытая к сотрудничеству с работодателями, с различными социальными партнерами, в том числе с зарубежными.

- Это среда, ориентированная на психологическую комфортность, здоровый образ жизни, богатая событиями, традициями, обладающими высоким воспитательным потенциалом.

Создание социокультурной среды осуществляется с ориентацией на учет специфики ООП ВПО, в рамках которой разрабатывается и будет реализовываться среда вуза, обеспечивающая развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников.

Воспитательная среда Университета способствует тому, чтобы каждый студент имел возможность проявлять активность, включаться в социальную практику, в решение проблем вуза, города, страны, развивая при этом соответствующие общекультурные и профессиональные компетенции.

В инфраструктуре Университета в настоящее время созданы условия для получения молодым человеком информационной, консультационной, ресурсной, практической профессиональной поддержки социально значимой деятельности в тех областях, которые способствуют его становлению как конкурентоспособного специалиста в условиях инновационного развития страны. Научная библиотека Университета насчитывает 1,5 млн. единиц хранения и активно использует современные информационные технологии. На комплектование и подписку отечественных и зарубежных изданий Университет расходует ежегодно до 14 млн. руб. В Университете имеется возможность удаленного доступа к базе данных электронной библиотечной системы "КнигаФонд", которая насчитывает более 85 000 изданий: учебных, учебно-методических, научных и периодических. В Университете создана уникальная материально-техническая база: более 250 аудиторий оснащены системами аудиовизуального обучения, действует гигабитная проводная сеть по всей территории Университета, включая все корпуса и общежития, территория кампуса полностью покрыта единой беспроводной компьютерной сетью. Персональные ноутбуки предоставлены каждому преподавателю, программное обеспечение - полностью лицензионное.

Университет обладает развитой социальной инфраструктурой, в нем созданы условия для проживания, питания, занятий спортом, отдыха и оздоровления студентов и сотрудников. Отлажена система контроля за распределением фонда материальной помощи студентов, отстроена системная работа со студентами-сиротами и студентами, оставшимися без попечения родителей, без нарушений выполняется программа по оздоровлению и курортно-санаторному лечению студентов. Университет успешно интегрируется в мировое образовательное пространство, участвует в международных образовательных и научных программах в кооперации с ведущими университетами стран СНГ, США, Западной Европы, Китая и других стран. Интеграционная деятельность основана на проведении совместных научно-образовательных сессий и летних школ для молодых ученых, аспирантов и студентов стран-партнеров, обмене публикаций, выполнении совместных научных проектов и исследований, организации курсов специализаций и повышения научной квалификации, организации конференций, семинаров и выставок.

Молодежная политика в Университете реализуется по всем ключевым направлениям: гражданско-патриотическое воспитание; духовно-нравственное воспитание; студенческое самоуправление; профессионально-трудовое воспитание; физическое воспитание; культурно-эстетическое воспитание; научная деятельность студентов.

Гражданско-патриотическое воспитание реализовано в ходе выполнения проектов и программ, направленных на укрепление гражданского и патриотического сознания студентов, развитие студенческого самоуправления. Студенческое самоуправление в Университете реализует профсоюзная студенческая организация студентов (СПО), основной функцией которой является защита социально-экономических прав студентов, а также их представительство перед администрацией Университета. Одни из основных задач студенческой профсоюзной организации это: юридическая, материальная, психологическая и консультационная помощь, оказываемая студентам Университета, организация профилактики правонарушений в студенческой среде, заключение коллективных договоров с администрацией Университета по вопросам, касающимся студенчества, участие в разработке и реализации социально-экономических программ, касающихся студенчества, на территории Пермского края.

Профессионально-трудовое воспитание реализует Центр профориентации и карьеры "Alma Mater". Это структура, призванная оказывать информационно-консультационную поддержку студентам и выпускникам для построения успешной карьеры, профессионального роста и развития. Центр проводит индивидуальное консультирование по личностному росту, профориентации, трудоустройству, развитию профессиональной деятельности и карьеры, оказывает помощь в составлении резюме; проводит ежегодные Молодежные форумы с целью продвижения в молодежной среде ценностей труда, профессионального образования, карьерного роста, решает проблемы временного и постоянного трудоустройства студентов и выпускников Университета, осуществляет партнерское взаимодействие с предприятиями и организациями региона, страны, местными и региональными администрациями, кадровыми агентствами.

Физическое воспитание осуществляет кафедра физической культуры и спорта. Одним из важнейших направлений деятельности кафедры является учебно-методическая и научная работа в области физической культуры. В связи с переходом на новое поколение государственных образовательных стандартов и реализацией концепции многоуровневого образования, коллектив кафедры больше внимания уделяет внедрению в учебный процесс инновационных методов проведения теоретических и практических занятий. В распоряжении кафедры физической культуры и спорта находятся: игровой зал; зал борьбы самбо; зал аэробики; зал штанги; тренажерный зал; лыжная база; легкоатлетический манеж; открытая плоскостная площадка.

Культурно-эстетическое воспитание в Университете реализуют студенческий дворец культуры и отдел внеучебной работы. Целью работы дворца культуры является организация деятельности творческой молодежи, развитие и реализация потенциала студенческой молодежи посредством эффективного ее включения в культурную жизнь Университета. Основные задачи: выявление талантливой студенческой молодежи и создание условий для развития и реализации творческого потенциала; выявление эстетических потребностей студентов, включение их в эстетическую деятельность; создание условий для участия талантливой молодежи в организации и проведении различных праздничных и культурно-массовых мероприятиях; помощь молодежи в проявлении талантов, организация досуговой деятельности молодежи; объединение молодежи средствами культуры; активизация творческих связей студентов разных подразделений; техническое обеспечение научных, праздничных и культурно-массовых мероприятий Университета.

Отдел внеучебной работы является самостоятельным структурным подразделением Университета, созданным с целью улучшения внеучебной и воспитательной работы. Отдел призван обеспечивать комплексное и текущее планирование внеучебной и воспитательной работы Университета и ее реализация. Деятельность отдела направлена на создание оптимальных условий для раскрытия творческих способностей, всестороннего и гармоничного развития личности студентов; сохранение и возрождение традиций Университета, разработка новых форм и приемов внеучебной воспитательной работы; методическое и практическое обеспечение работы по организации досуга и быта студентов (в том числе в общежитиях и в рамках студенческого городка); организацию и проведение культурно-массовых мероприятий в Университете и на факультетах.

Научную деятельность студентов Университета координируют выпускающие кафедры подразделений Университета и координационный совет по вопросам научной деятельности студентов, аспирантов и молодых ученых. Совет представляет собой молодежное собрание представителей подразделений Университета. Он выполняет экспертно-консультативные функции по вопросам молодежной политики в научной сфере, представляет интересы молодых ученых и специалистов. Задачами деятельности Совета является: содействие информационному обеспечению научных исследований молодых ученых, пропаганда научно-технического творчества молодежи; содействие укреплению и развитию международных связей молодых ученых; консолидация усилий молодых ученых и специалистов в разработке актуальных научных проблем и решении приоритетных научных задач; проведение пропаганды новейших достижений науки силами молодых ученых.

Роль кафедры маркетинга в развитии социокультурной среды ПГНИУ заключается в проведении воспитательной работы через выявление и развитие творческой и организационной

инициативы обучающихся, организации встреч с ключевыми политиками, предпринимателями, учеными. Профессорско-преподавательским составом проводятся мероприятия, направленные не только на формирование высокого профессионализма выпускников, но и активной гражданской позиции, равнодушия к событиям, происходящим в России.

Студентам предоставляется возможность принимать активное участие в акциях, проводимых кафедрой, встречах с представителями органов государственной власти разных направлений, различными учёными. Основными формами работы являются:

- деловые профессиональные игры;
- значимые общественно-политические дискуссии;
- workshop;
- бизнес-тренинги;
- выездные круглые столы с экскурсиями на успешно развивающиеся предприятия региона;
- научно-исследовательская работа студентов (участие в конференциях, написание статей);
- мозговые штурмы;
- рабочие группы по работе на бизнес-проектами и др.

В рамках формирования инфраструктуры вуза для успешной общественной социализации будущих выпускников на экономическом факультете ПГНИУ при кафедре маркетинга создан Клуб выпускников экономического факультета ПГНИУ "REUNION.ef". Целью данного сообщества является объединение выпускников под единым флагом экономического факультета, содействие профессиональному успеху каждого члена Клуба.

Основные задачи Клуба:

- объединение выпускников факультета;
- организация общения, обмена информацией, взаимопомощи, взаимодействия и культурного времяпрепровождения;
- укрепление деловых отношений между выпускниками;
- ускорение процесса профессиональной и социальной адаптации выпускников факультета;
- создание условий, необходимых для развития и реализации профессионального потенциала молодых специалистов;
- повышение имиджа факультета в глазах общественности.

Все это свидетельствует о том, что на факультете сформирована необходимая среда для обеспечения глубокого развития общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников магистерской программы "Инновационные маркетинговые технологии".

6. Требования к выпускной квалификационной работе, итоговому государственному экзамену

Требования к выпускной квалификационной работе, итоговому государственному экзамену регламентируются Положением «Об итоговой государственной аттестации выпускников ПГНИУ (с изменениями на 29 июня 2011 года)» (www.psu.ru/psu2/files/7867/polozhgak.pdf)

7. Соответствие профессиональным стандартам и требованиям работодателей (профессиональных сообществ)

Законодательством Российской Федерации не предусмотрены профессиональные стандарты и требования работодателей к выпускникам профильной направленности магистратуры программы "Инновационные маркетинговые технологии", поэтому компетенции выпускников были составлены в соответствии с требованиями, предъявляемыми бизнес-партнерами кафедры как экспертами и потенциальными работодателями.

Анализ рынка вакансий должности "Маркетолог" показывает наличие более 4000 вариантов по всей России и 80 в Пермском крае. В последнее время бизнес - сообщества проявляют высокий интерес к выпускникам Университета в целом, и к будущим выпускникам магистерской программы "Инновационные маркетинговые технологии" в частности. Основными бизнес-партнерами кафедры маркетинга являются:

- ОАО "ПЦБК";

- 000 "Пермьнефтьсервис";
- 000 "ВЦ «Пермская ярмарка»";
- 000 "Сателлит инновация";
- 000 ГК "Швеция";
- ОАО "Пермский мясокомбинат";
- ИП Какулия Д.Г. (Оптовая компания "Кроша");
- ОАО "АльфаСтрахование";
- ОАО "ПМЗ";
- Управление общественных связей и маркетинга ПГНИУ.

Перечень ключевых компетенций выпускников магистерской программы "Инновационные маркетинговые технологии":

1. уметь планировать свою деятельность на длительный и краткосрочный период на основе четкого целеполагания (самостоятельная постановка целей, определение задач, направлений их достижений, выработка путей, средств и методов их реализации в четких временных границах и измеряемых по полученному результату);
2. уметь адаптироваться к изменяющейся среде;
3. уметь соотносить уровень своих амбиций с целями и задачами профессиональной деятельности, планировать адекватные своим амбициям профессиональные достижения и конкретные действия;
4. транслировать ценности и миссию компании в своей профессиональной деятельности;
5. владеть иностранным языком как средством профессионального общения;
6. уметь принимать управленческие решения и оценивать их последствия;
7. уметь планировать и проводить маркетинговые исследования;
8. владеть особенностями медиа-коммуникаций;
9. уметь использовать новейшие маркетинговые технологии в сфере продвижения товаров и услуг;
10. уметь управлять маркетинговыми стратегиями продвижения инновационных товаров и услуг;
11. знать особенности международного маркетинга;
12. Применять технологии брендинга и ребрендинга инновационных товаров и услуг.

Требования и компетенции, предъявляемые выпускникам магистерской программы "Инновационные маркетинговые технологии" предприятиями - партнерами кафедры представлены в Приложении 4.

8. Соответствие образовательным программам ведущих вузов

В рамках анализа соответствия основной образовательной программы по направлению подготовки "Менеджмент" (магистерской программы "Инновационные маркетинговые технологии") аналогичным программам ведущих российских и зарубежных вузов выявлено, что анализируемая магистерская программа характеризуется уникальностью и включает в себя актуальные дисциплины. Детальный анализ соответствия образовательным программам ведущих вузов представлен в Приложении 5.