**ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет**

Аннотация образовательной программы

**СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И МЕНЕДЖМЕНТ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Направление подготовки** | 38.04.02 Менеджмент |
| **Присваиваемая квалификация** | Магистр |
| **Форма обучения** | Очная |
| **Целевая аудитория** | Программа ориентирована на обучение лиц, имеющих документы о высшем образовании:   * молодые предприниматели и специалисты предприятий региона, чьё профессиональное развитие сопряжено с такими областями как: стратегический маркетинг, стратегический менеджмент, стратегический бренд-менеджмент, рекламный менеджмент, управление маркетинговыми и рекламными проектами; * представители инновационных компаний, отвечающие за продвижение новых продуктов |
| **Цели образовательной программы** | Подготовка высококвалифицированных кадров в области организационно-управленческой, информационно-аналитической, научно-исследовательской деятельности, владеющих маркетинговыми технологиями стратегического управления, способных успешно конкурировать на российском и мировом рынках |
| **Задачи образовательной программы** | ● Удовлетворение запросов предприятий региона и страны в специалистах в области стратегического управления предприятиями.  ● Подготовка кадров для предприятий региона и страны по востребованному направлению – стратегическому управлению предприятиями. ● Развитие образовательных компетенций в области стратегического управления предприятиями. ● Развитие методологии научных исследований в области стратегического управления предприятиями. ● Просветительская деятельность и популяризация позитивного опыта мировых компаний, которого они достигли благодаря мастерству в области стратегического управления. ● Интеграция науки и практики в развитии методологии и методов стратегического управления предприятиями посредством привлечения в преподавательскую деятельность руководителей предприятий, а преподавателей к консультационной деятельности предприятий. ● Разработка и издание учебных материалов (учебных пособий, методических указаний, деловых игр, др.) в области стратегического управления. |
| **Обоснование соответствия программы утвержденным моделям и приоритетным направлениям развития ВУЗа как опорного университета и университетского центра инновационного, технологического и социального развития региона** | * Развитие компетенций по коммерциализации продуктов технологического и социального предпринимательства. * Удовлетворение запросов со стороны предприятий в специальных программах по стратегическому маркетингу и менеджменту. * Подготовка кадров для экономики региона по востребованному направлению. * Вовлечение преподавателей, участвующих в реализации программы в процессы продвижения результатов научно-технической деятельности, получаемой в рамках научно-инновационной деятельности программ развития опорного университета. * Реализация просветительских функций в рамках третьей миссии университета по популяризации позитивного опыта мировых компаний в сфере маркетинга и менеджмента. |
| **Нормативная база реализации магистерской программы** | Программа разработана с учетом требований рынка труда на основе ФГОС ВО по направлению подготовки «Менеджмент», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30.03.2015 №323  Программа позволяет получить квалификацию «Маркетолог» в соответствии с профессиональным стандартом (Приказ Минтруда от 04.06.2018 №366н) |
| **Практикоориентированность программы** | Подготовка специалистов в области разработки и реализации комплекса мер и подходов к ведению бизнеса, обеспечивающие создание и эффективное управление маркетинговой деятельностью. |
| **Направления обучения по программе** | Организационно-управленческое направление:   * разработка стратегий развития   организаций и их отдельных подразделений;   * руководство подразделениями   предприятий и организаций разных форм собственности;   * организация творческих решений   организационно-управленческих задач и руководство ими;   * стратегический анализ проблем   организации (предприятия) и выбор  оптимальных вариантов их решения;   * организация и управление   бизнесом на рынке товаров и услуг, анализ и оценка бизнес-среды организации (предприятия);   * планирование и принятие   решений в области маркетинга, оценка их эффективности;   * анализ, оценка и прогнозирование   результатов профессиональной маркетинговой деятельности;   * планирование рекламной   деятельности, создание и управление брендам  Информационно-аналитическое направление:   * поиск, анализ и оценка   информации для подготовки и принятия управленческих решений;   * анализ существующих форм   организации и процессов управления;   * разработка и обоснование   предложений по их совершенствованию;   * проведение оценки фактора   неопределенности  Научно-исследовательское направление:   * проведение научных   исследований в определенной профессиональной деятельности;   * анализ и оценка результатов   научных исследований;   * исследование, прогнозирование   тенденций и оценка изменений конъюнктуры рынков;   * исследование, моделирование и   оценка бизнес-технологий;   * прогнозирование потребностей и   оценка степени их удовлетворенности;   * изучение прогрессивных   направлений развития профессиональной деятельности (маркетинговой);   * поиск, анализ, систематизация и   обобщение научной информации |
| **Руководитель программы** | Беляев Виктор Иванович, доктор экономических наук, профессор. |
| **Основные факторы конкурентоспособности**  **образовательной программы** | * содержательная основа образовательной программы формируется на базе динамично развивающихся научно-исследовательских направлений, сосредоточенных на кафедре экономики предпринимательства и маркетинга; * абсолютное большинство преподавателей программы работают на кафедрах АлтГУ, имеют ученые степени и ученые звания. Являются авторами многочисленных научно-практических публикаций и методических разработок. Многие из них являются руководителями и ответственными исполнителями научно-исследовательских и других проектов; * реализация программы осуществляется с элементами индивидуализации в рассмотрении избранной проблемной области, что способствует карьерному росту студентов непосредственно в процессе обучения; * особое внимание уделяется обсуждению актуальных проблем и вызовов в современном маркетинге и менеджменте, знакомству с опытом практической деятельности; * в рамках обучения проводятся мастер-классы с участием ведущих специалистов-практиков; встречи с успешными выпускниками программы; * широко используются такие формы как деловые игры, «мозговой штурм», решение кейсов, подготовка и защита групповых проектов, привлечение тьюторов из числа выпускников и работодателей; * в рамках научного семинара серьезное внимание уделяется аналитико-исследовательской подготовке: изучается отечественный и международный опыт проведения научных исследований; методология написания диссертации; принципы организации и проведения научно-исследовательских работ; отрабатываются навыки презентации исследовательских проектов, подготовки научных отчетов и публикаций по результатам исследований; * студентам предоставляется возможность участия в конференциях, семинарах, круглых столах, дискуссиях, в научно-исследовательских проектах. |
| **Деловые партнеры** | ООО производственно-коммерческая фирма «Мария – Ра»  ПАО «Барнаульский пивоваренный завод»  АО «Алтайский приборостроительный завод «Ротор» |
| **Дисциплинарная структура программы** | Общенаучный цикл (базовая и вариативная часть) ● Методология научных исследований: сбор информации и производство знаний ● Маркетинг менеджмент: разработка и маркетинговое обоснование стратегий развития предприятий ● Маркетинговые исследования ● Стратегический менеджмент ● Стратегический маркетинг ● Деловой иностранный язык ● Другие  Профессиональный цикл (базовая часть)  ● Маркетинговые коммуникации ● Маркетинг территорий ● Маркетинг услуг ● Интернет-маркетинг ● Конкурентные стратегии в маркетинге ● Организационные культуры: роль и значение в обосновании стратегических решений ● Другие  Профессиональный цикл (вариативная часть)  ●Логистика ● Управление цепями межфирменных взаимодействий ● Сетевые формы организации бизнеса ● Другие |
| **Стратегия набора абитуриентов** | * разработка презентационных материалов; * создание текстовых и визуальных промоматериалов для   социальных сетей;   * продвижение магистратуры в поисковых системах Яндекс   и Google, целевая аудитория — недавние выпускники бакалавриата по экономическим направлениям;   * продвижение магистратуры в профильных научных и научно-   популярных сообществах в «ВКонтакте» и Facebook;   * обработка обратной связи от заинтересованных пользователей   в социальных сетях;   * личные контакты с потенциальными студентами и работодателями; * издание цикла популяризационных статей в СМИ и   издательствах Алтайского края. |