

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное общеобразовательное учреждение высшего  
образования  
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

ПРИНЯТО

На заседании Учебного совета  
университета

Протокол № 12 от 31.05.2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,  
качеству образования, первый проректор

31 мая 2024



**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**Направление подготовки**  
38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

**Направленность (профиль) подготовки**  
Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде

**Тип образовательной программы**  
Академическая

**Форма обучения:** заочная  
**Квалификация:** МАГИСТР

Краснодар  
2024

## Лист согласования основной профессиональной образовательной программы высшего образования

### Разработчики ОПОП:

1. Костецкий А.Н., заведующий кафедрой маркетинга и торгового дела
2. Чекашкина Н.Р., доцент кафедры маркетинга и торгового дела
3. Шевченко Е.В., доцент кафедры маркетинга и торгового дела
4. Малкова Е.М., доцент кафедры маркетинга и торгового дела
5. Журавлева Е.А., профессор кафедры маркетинга и торгового дела
6. Салафаниди Г.С., директор ООО «Трансинфо»
7. Омеляненко А.В., директор ООО «Профессионал Юга»

  
подпись

  
подпись

  
подпись

  
подпись

  
подпись

  
подпись

  
подпись

Основная профессиональная образовательная программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела

№ 7 от 21.03.24.


Заведующий кафедрой

  
подпись

Костецкий А.Н.

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета № 9 от 14.05.24.

Председатель УМК экономического факультета

  
подпись

Дробышевская Л.Н.

### Рецензенты:

1. Мальковская Я.В., директор маркетингового агентства «Маркита», канд. экон. наук
2. Шевченко И.В., доктор экономических наук, профессор, декан экономического факультета, зав. кафедрой мировой экономики и менеджмента, заслуженный экономист РФ

Рецензия (-и) на ОПОП представлена (-ы) в приложении 8

## **СОДЕРЖАНИЕ**

### **Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

- 1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы
- 1.2. Нормативные документы
- 1.3. Перечень сокращений

### **Раздел 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

- 2.1. Цель образовательной программы
- 2.2. Объем образовательной программы
- 2.3. Срок получения образования
- 2.4. Форма обучения
- 2.5. Язык реализации программы
- 2.6. Требования к абитуриенту
- 2.7. Использование сетевой формы реализации образовательной программы
- 2.8. Применение электронного обучения

### **Раздел 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ**

- 3.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников
- 3.2. Типы задач профессиональной деятельности выпускников:
- 3.3. Объекты профессиональной деятельности выпускников или область (области) знания:
- 3.4. Перечень профессиональных стандартов (при наличии)

### **Раздел 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

- 4.1. Структура и объем образовательной программы
- 4.2. Учебный план и календарный учебный график
- 4.3. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей) и практик
- 4.4. Программа государственной итоговой аттестации
- 4.5. Рабочая программа воспитания
- 4.6. Оценочные средства для промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам
- 4.7. Методические материалы по дисциплинам (модулям), практикам и государственной итоговой аттестации

### **Раздел 5. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

- 5.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
- 5.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
- 5.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

### **Раздел 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ**

- 6.1. Общесистемные условия к реализации образовательной программы
- 6.2. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению образовательной программы
- 6.3. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы
- 6.4. Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы
- 6.5. Механизм оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе
- 6.6. Характеристика социокультурной среды реализации образовательной программы
- 6.7. Условия реализации образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Приложение 1. Перечень профессиональных стандартов, обобщённых трудовых функций и трудовых функций, соответствующих профессиональной деятельности выпускников

Приложение 2. Учебный план и календарный учебный график

Приложение 3. Аннотации к рабочим программам дисциплин

Приложение 4. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей)

Приложение 5. Рабочие программы практик

Приложение 6. Программа государственной итоговой аттестации

Приложение 7. Матрица компетенций

Приложение 8. Рецензия (-и) на ОПОП

## **Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### **1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы**

Основная профессиональная образовательная программа (далее – ОПОП, образовательная программа), реализуемая в Кубанском государственном университете (далее - Университет) по направлению подготовки **38.04.06 Торговое дело**, направленность (профиль) **Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде** является комплексным учебно-методическим документом, разработанным на основе соответствующего федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, с учетом профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельностью выпускников.

ОПОП отражает компетентностно-квалификационную характеристику выпускника и 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 (модулей), практик, иных компонентов, а также оценочных и методических материалов.

### **1.2. Нормативные документы**

– Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в РФ»;

– Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, утвержденный приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 982 (далее - ФГОС ВО);

– Профессиональный стандарт 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 г. № 95н;

– Профессиональный стандарт 08.035 «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 г. № 366н;

– Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 г. № 301;

– Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29.06.2015 г. № 636;

– Положение о практической подготовке обучающихся, утвержденное приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 05.08.2020 № 885 и приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 05.08.2020 № 390;

– Устав ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»;

– Локальные нормативные акты по основным вопросам организации и осуществления образовательной деятельности.

### **1.3. Перечень сокращений**

- ВКР - выпускная квалификационная работа
- ГИА - государственная итоговая аттестация
- ЕКС - единый квалификационный справочник
- з.е. - зачетная единица (1 з.е. – 36 академических часов; 1 з.е. – 27 астрономических часов)
- ИКТ - информационно-коммуникационные технологии
- ОВЗ - ограниченные возможности здоровья
- ОПОП - основная профессиональная образовательная программа
- ОТФ - обобщенная трудовая функция
- ОПК - общепрофессиональные компетенции

- ПК - профессиональные компетенции
- ПКО - обязательные профессиональные компетенции (в случае установления ПООП)
- ПКР - рекомендуемые профессиональные компетенции (в случае установления ПООП)
- ПКС - специальные профессиональные компетенции (в случае установления Университетом)
- ПООП - примерная основная образовательная программа
- ПС - профессиональный стандарт
- УГСН - укрупненная группа направлений и специальностей
- УК - универсальные компетенции
- ФЗ - Федеральный закон
- ФГОС ВО - федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования
- ОС - оценочные средства
- ФТД - факультативные дисциплины

## **Раздел 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (магистратура) по направлению **38.04.06 Торговое дело**, направленность (профиль) **Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде** включает в себя: учебный план, календарный учебный график, рабочие программы учебных предметов, дисциплин (модулей), программы практик и научно-исследовательской работы (НИР) (при наличии), программу государственной итоговой аттестации (ГИА), рабочую программу воспитания, календарный план воспитательной работы, оценочные и методические материалы, другие материалы (компоненты), обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

### **2.1. Миссия и цели ОПОП**

**Миссия направления.** Формирование системы знаний и умений профессионально-исследовательского уровня в подготовке и принятии стратегических управленческих решений, направленных на создание и развитие предпринимательского и научно-аналитического потенциала на основе маркетинговых принципов и подходов в рыночной деятельности торговых и иных коммерческих компаний, адаптирующих свои бизнес-процессы к требованиям развивающейся цифровой среды.

**Образовательные и профессиональные цели обучения.** Целью направления является подготовка квалифицированных специалистов и предпринимателей, а также менеджеров различных уровней управления и направлений торгово-розничной, сбытовой, рекламной, логистическо-распределительной, товароведческой и экспертной деятельности предприятий и организаций всех форм собственности любых отраслей и сфер российской экономики, а также государственных органов управления, экспертизы и контроля коммерческой деятельности, развивающих свою деятельность в условиях цифровой трансформации.

Профиль программы магистратуры «**Торговые и маркетинговые стратегии**» конкретизирует ориентацию программы на виды деятельности, связанные с научно-исследовательским и проблемно-аналитическим обоснованием маркетинговых и сбытовых стратегий, направленных на обеспечение уникальных конкурентных преимуществ розничных и оптовых торговых предприятий различных продуктовых сегментов рынка.

В области обучения целью ОПОП является формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, позволяющих выпускнику успешно решать профессиональные задачи в соответствии с областями и сферами профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа.

В области воспитания целью ОПОП является оказание содействия формированию личности обучающегося на основе присущей российскому обществу системы ценностей,

развитие у студентов личностных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности, целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, самостоятельности, гражданственности, толерантности.

Образовательная программа носит актуальный, практико-ориентированный характер, направлена на профессиональную подготовку активного, конкурентоспособного специалиста нового поколения, знакомого с международными практиками торговой и маркетинговой деятельности с использованием мультимедийных систем взаимодействия с потребителями, обладающего аналитическими навыками.

Программа обеспечивает подготовку кадров на основе внедрения в учебный процесс современных достижений науки, даёт возможность изучения отдельных наиболее значимых дисциплин на практических примерах опыта торговых и иных коммерческих предприятий в России и за рубежом, а также обеспечивает органическое сочетание лучших российских и зарубежных традиций.

## **2.2. Объем образовательной программы**

Объем образовательной программы составляет 120 зачетных единиц (далее - з.е.).

Объем образовательной программы, реализуемый за один учебный год, не включая объем факультативных дисциплин, составляет не более 70 з.е., а при ускоренном обучении - не более 80 з.е.

## **2.3. Срок получения образования**

Срок получения образования при заочной форме обучения 2 года 5 мес., включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации.

При обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ОВЗ может быть увеличен по их заявлению не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования, установленным для соответствующей формы обучения.

## **2.4. Форма обучения заочная**

## **2.5. Язык реализации программы – русский**

## **2.6. Требования к абитуриенту**

К освоению образовательной программы магистратуры допускаются лица, имеющие высшее образование любого уровня).

Требования к абитуриенту, вступительные испытания, особые права при приёме на обучение по образовательным программам *магистратуры* регламентируются локальным нормативным актом.

**2.7. Использование сетевой формы реализации образовательной программы – не используется.**

## **2.8. Применение электронного обучения:**

Программа реализуется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в различных комбинациях и сочетаниях.

## **Раздел 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ**

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

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





|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  | <p>Изучение, анализ и выявление закономерностей, тенденций и взаимосвязей социально-экономических процессов и явлений в на рынках различных уровней, в отраслях, на конкретных предприятиях различных сфер деятельности, отраслей и форм собственности, для принятия управленческих решений, обеспечивающих эффективное управление коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистическо-распределительной, товароведческой и экспертной деятельностью предприятий и организаций всех форм собственности отраслей и сфер российской экономики</p> | <p>Тенденции развития техники и технологии коммерческой деятельности, включая развитие цифровых технологий реализации бизнес-процессов и обслуживания клиентов<br/>Тенденции, факторы, закономерности развития потребительского поведения и принятия потребительских решений в онлайн-среде.</p> |
|--|--|--|--|

|   |                                       |   |   |
|---|---------------------------------------|---|---|
| <p>08 Финансы и экономика в сферах: исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений в сфере обращения, тенденций развития мировой и национальной торговой индустрии (центры экономического анализа, правительственный сектор, общественные организации); торговой деятельности (торговые, торгово-посреднические, снабженческо-сбытовые, логистические и внешнеторговые организации); коммерческой деятельности в реальном секторе экономики (промышленность, сельское хозяйство, сервис и оказание услуг населению).</p> | <p>Организационно-управленческий;</p> | <p>Формирование маркетинговой системы взаимодействий коммерческого предприятия с потребителями. Продвижение объектов коммерческой деятельности, торговых предприятий, брендов посредством веб-сайтов, интерактивных приложений, социальных сетей и иных каналов продаж, порталов и сервисов в информационно-телекоммуникационных сетях. Формирование и реализация маркетинговых программ, направленных на улучшение рыночных позиций предприятий, развитие социально-экономических отношений и укрепление национальной экономики.</p> | <p>Технологии проведения маркетинговых исследований<br/>         Маркетинговые программы торговых предприятий<br/>         Маркетинговая деятельность торговых предприятий<br/>         Потребительское поведение<br/>         Ценовая политика торгового предприятия<br/>         Системы сбыта торгового предприятия<br/>         Массивы данных маркетинговой информации<br/>         Товарная политика торговых предприятий<br/>         Рекламные стратегии торговых предприятий</p> |
|---|---------------------------------------|---|---|

## Раздел 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 4.1. Структура и объем образовательной программы

Образовательная программа по направлению подготовки **38.04.06 Торговое дело**, направленность (профиль) *Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде* включает следующие блоки:

Блок 1 «Дисциплины (модули)»;

Блок 2 «Практика»;

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация».

#### Структура и объем образовательной программы

| Структура программы |                                     | Объем программы и ее блоков в з.е. |
|---------------------|-------------------------------------|------------------------------------|
| Блок 1              | Дисциплины (модули)                 | не менее 60                        |
| Блок 2              | Практика                            | не менее 21                        |
| Блок 3              | Государственная итоговая аттестация | 6-9                                |

Программа включает обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений.

К обязательной части программы относятся дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование общепрофессиональных компетенций.

Дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование универсальных компетенций, могут включаться в обязательную часть программы и в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации, должен составлять не менее 15 процентов общего объема программы.

При реализации образовательной программы обучающимся обеспечивается возможность освоения элективных дисциплин (модулей) (избираемых в обязательном порядке) и факультативных дисциплин (модулей) (необязательных для изучения при освоении образовательной программы). Избранные обучающимся элективные дисциплины (модули) являются обязательными для освоения.

Факультативные дисциплины не включаются в объём образовательной программы и призваны углублять и расширять научные и прикладные знания, умения и навыки обучающихся, способствовать повышению уровня сформированности универсальных и (или) общепрофессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО и образовательной программы. Избранные обучающимся факультативные дисциплины являются обязательными для освоения.

В Блок 2 «Практика» входят учебная и производственная практики (далее вместе - практики).

Типы учебной практики:

научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы);

Типы производственной практики:

Торгово-технологическая практика (часть 1);

Торгово-технологическая практика (часть 2);

Научно-исследовательская работа.

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входят:

Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы;

Защита выпускной квалификационной работы.

#### **4.2. Учебный план и календарный учебный график**

Учебный план - документ, который определяет перечень, трудоёмкость, последовательность и распределение по периодам обучения учебных курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, формы промежуточной аттестации обучающихся. В учебном плане выделяется объём работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем (далее – контактная работа) по видам учебных занятий и самостоятельной работы обучающихся.

Календарный учебный график устанавливает по годам обучения (курсам) последовательность реализации и продолжительность теоретического обучения, зачётно-экзаменационных сессий, практик, ГИА, каникул.

Учебный план и календарный учебный график представлены в приложении 2, копии размещаются на официальном сайте Университета.

### 4.3. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей) и практик

Копии рабочих программ учебных дисциплин (модулей) и практик (приложение 4, приложение 5), аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы в приложении 3) размещаются на официальном сайте Университета. Место модулей в образовательной программе и входящих в них учебных дисциплин, практик определяется в соответствии с учебным планом.

### 4.4. Программа государственной итоговой аттестации

Целью ГИА является установление уровня подготовки выпускника к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки **38.04.06 Торговое дело**.

Порядок проведения государственной итоговой аттестации определяется локальными нормативными актами Университета.

В Блок 3 образовательной программы «Государственная итоговая аттестация» входят:

| Форма (ы) ГИА  | Количество з.е. | Перечень проверяемых компетенций  |
|--|-----------------|---|
| Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы | 6               | ИУК-1.1; ИУК-1.2; ИУК-2.1; ИУК-2.2; ИУК-3.1; ИУК-3.2; ИУК-4.1; ИУК-5.1; ИУК-5.2; ИУК-6.1; ИУК-6.2; ИОПК-1.1; ИОПК-1.2; ИОПК-2.1; ИОПК-2.2; ИОПК-3.1; ИОПК-3.2; ИОПК-4.1; ИОПК-4.2; ИОПК-5.1; ИОПК-5.2; ИПК-1.1; ИПК-1.2; ИПК-1.3; ИПК-2.1; ИПК-2.2; ИПК-2.3; ИПК-2.4; ИПК-3.1; ИПК-3.2; ИПК-3.3; ИПК-3.4; ИПК-3.5; ИПК-3.6; ИПК-4.1; ИПК-4.2; ИПК-4.3 |

Целью ВКР являются: определение соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования магистратуры по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, уровня сформированности универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций и степени готовности выпускника к выполнению профессиональных задач.

Копия программы ГИА (приложение 6) размещается на официальном сайте Университета.

### 4.5. Рабочая программа воспитания

Рабочая программа воспитания ОПОП (бакалавриат) Торговое дело - это нормативный документ, регламентированный Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012г., ФЗ-273 (ст.2,12.1,30), который содержит характеристику основных положений воспитательной работы направленной на формирование универсальных компетенций выпускника; информацию об основных мероприятиях, направленных на развитие личности выпускника, создание условий для профессионализации и социализации обучающихся на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства, формирование у обучающихся чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, природе и окружающей среде.

Основные направления воспитательной работы вуза и годовой круг событий и творческих дел ФГБОУ ВО отражены в программе воспитания вуза и календарном плане воспитательной работы.

В рабочей программе воспитания ОПОП бакалавриата Торговое дело указаны возможности ФГБОУ ВО «КубГУ» и конкретного структурного подразделения (факультета/института) в формировании личности выпускника.

В рабочей программе воспитания приводятся стратегические документы ФГБОУ ВО «КубГУ», определяющие концепцию формирования образовательной среды вуза, обеспечивающей развитие универсальных компетенций обучающихся, а также документы, подтверждающие реализацию вузом выбранной стратегии воспитания.

Дается характеристика условий, созданных для развития личности и регулирования социально-культурных процессов, способствующих укреплению нравственных, гражданственных, общекультурных качеств обучающихся.

Указаны задачи и основные направления воспитательной работы факультета (института), ООП бакалавриата и условия их реализации.

#### ***Календарный план воспитательной работы***

В календарном плане воспитательной работы указана последовательность реализации воспитательных целей и задач ОПОП по годам, включая участие студентов в мероприятиях ФГБОУ ВО «КубГУ» деятельности общественных организаций вуза, волонтерском движении и других социально-значимых направлениях воспитательной работы.

#### ***Календарный план воспитательной работы***

В календарном плане воспитательной работы указана последовательность реализации воспитательных целей и задач ОПОП по годам, включая участие студентов в мероприятиях ФГБОУ ВО «КубГУ» деятельности общественных организаций вуза, волонтерском движении и других социально-значимых направлениях воспитательной работы.

#### **4.6. Оценочные материалы**

Оценка качества освоения обучающимися данной образовательной программы включает текущий контроль, промежуточную аттестацию и государственную итоговую аттестацию выпускников.

Оценочные материалы для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям представлены в виде комплекса оценочных средств.

Оценочные средства (далее - ОС) - это комплект методических материалов, устанавливающий процедуру и критерии оценивания результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам.

Комплект оценочных средств включает в себя:

– перечень типовых контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) или практике (задания для семинаров, практических занятий и лабораторных работ, практикумов, коллоквиумов, контрольных работ, зачетов и экзаменов, контрольные измерительные материалы для тестирования, примерная тематика курсовых работ, рефератов, эссе, докладов и т.п.);

– методические материалы, определяющие процедуры и критерии оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) или практике.

Примерный перечень оценочных средств образовательной программы для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся: вопросы и задания для проведения экзамена (зачёта); отчёт по практике (дневник практики); деловая и/или ролевая игра; проблемная профессионально-ориентированная задача; кейс-задача; коллоквиум; контрольная работа; дискуссия; портфолио; проект; разноуровневые задачи и задания; реферат; доклад (сообщение); собеседование; творческое задание; тест; эссе и др.

В целях приближения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся к задачам их будущей профессиональной деятельности Университет привлекает к экспертизе оценочных средств представителей сообщества работодателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций.

#### **4.7. Методические материалы по дисциплинам (модулям), практикам и государственной итоговой аттестации**

Методические материалы представляют комплект методических материалов по дисциплине (модулю, практике, ГИА), сформированный в соответствии со структурой и содержанием дисциплины (модуля, практики, ГИА), используемыми образовательными технологиями и формами организации образовательного процесса и являются неотъемлемой частью соответствующих рабочих программ дисциплин (модулей), практик, программы государственной итоговой аттестации.

Организационно-методические материалы (методические указания, рекомендации), позволяют обучающемуся оптимальным образом спланировать и организовать процесс освоения учебного материала.

Учебно-методические материалы направлены на усвоение обучающимися содержания дисциплины (модуля, практики, ГИА), а также направлены на проверку и соответствующую оценку сформированности компетенций обучающихся на различных этапах освоения учебного материала.

В качестве учебных изданий используются учебники, учебные пособия, учебно-методические пособия, рабочие тетради, практикум, задачник и др.

### **Раздел 5. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

#### **5.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения (для программы магистратуры)**

| <b>Наименование категории (группы) универсальных компетенций</b> | <b>Код и наименование универсальной компетенции выпускника в соответствии с ФГОС ВО</b>  | <b>Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции (ИУК)</b>   |
|--|--|---|
| Системное и критическое мышление                                 | УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий | ИУК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как целостную систему, выявляя ее составляющие и связи между ними<br>ИУК-1.2. Вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации          |
| Разработка и реализация проектов                                 | УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла  | ИУК-2.1. Понимает принципы проектного подхода к управлению<br>ИУК-2.2. Демонстрирует способность управления 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     | ИУК-3.1. Понимает и знает особенности формирования и руководства командой<br>ИУК-3.2. Организует работу команды и обеспечивает разработку командной стратегии для выполнения поставленных задач |
| Коммуникация   | УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том   | ИУК-4.1. Использует современные коммуникативные технологии для академического и   |

|   |   |  |
|---|---|--|
|   | числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия                                       | профессионального взаимодействия на государственном и иностранном(ых) языке(ах)  |
| Межкультурное взаимодействие                                    | УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия                            | ИУК-5.1. Имеет представление о влиянии разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия<br>ИУК-5.2. Демонстрирует способность 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 | ИУК-6.1. Определяет стимулы, мотивы и приоритеты собственной деятельности и цели карьерного роста<br>ИУК-6.2. Реализует и корректирует стратегию личного и профессионального развития на основе самооценки                         |

## 5.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

| Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций | Код и наименование общепрофессиональной компетенции  | Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции (ИОПК)  |
|--|--|---|
|  | ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах; | ИОПК-1.1. Применяет знания экономической и управленческой теории при решении исследовательских задач в профессиональной сфере<br>ИОПК-1.2. Применяет знания экономической и управленческой теории при решении практических задач управления торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах                             |
|  | ОПК-2. Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур;  | ИОПК-2.1. Применяет инструментальные методы сбора, обработки и анализа больших объемов данных в деятельности торгово-коммерческих предприятий<br>ИОПК-2.2. Выявляет актуальные проблемы рыночного развития, определяет направления исследований, формулирует выводы и предложения в процессе стратегического планирования и координации деятельности торгово-коммерческих подразделений |
|  | ОПК-3. Способен критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения  | ИОПК-3.1. Демонстрирует способность критически анализировать и оценивать результаты отечественных и зарубежных научных исследований торгово-коммерческой деятельности<br>ИОПК-3.2. Выявляет основные тенденции сферы обращения и обосновывает приоритетные  |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  |   | направления развития коммерческой деятельности   |
|  | ОПК-4. Способен принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности   | ИОПК-4.1. Использует подходы и инструменты экономического и финансового обоснования организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности<br>ИОПК-4.2. Формулирует тактические и стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности   |
|  | ОПК-5. Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач | ИОПК-5.1. Использует стандартный комплекс компьютерных программ и технологий для обработки и представления информации в управленческой деятельности<br>ИОПК-5.2. Использует специализированное программное обеспечение и интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении профессиональных задач |

### 5.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

ния

| Код и наименование обобщенной трудовой функции (ОТФ) Профессионального (ых) стандарта (ов) (ПС) и/или типа профессиональных задач (ТПЗ) | Код и наименование профессиональной компетенции   | Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции (ИПК)  |
|---|---|--|
| Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий  |   |  |
| В. Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга                                    | ПК-2. Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы торгового предприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга | ИПК-2.1. Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальные активы (бренды) и управляет ими в торговой организации<br>ИПК-2.2. Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы ценообразования на предприятии и формирует ценовую политику в коммерческой организации<br>ИПК-2.3. Разрабатывает, внедряет и совершенствует систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в коммерческой организации<br>ИПК-2.4. Разрабатывает, внедряет и совершенствует интегрированную систему маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации |
| К. Стратегическое планирование интернет-кампаний  | ПК-3. Способен осуществлять стратегическое планирование коммерческой деятельности и маркетинговых кампаний в онлайн-среде                     | ИПК-3.1. Проводит переговоры с потенциальными заказчиками по формированию и реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде;<br>ИПК-3.2. Разрабатывает и анализирует систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в интернет-среде   |



|   |   |  |
|---|---|--|
|   |   | <p>ИПК-3.3. Разрабатывает комплексную маркетинговую стратегию продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде</p> <p>ИПК-3.4. Формирует и обосновывает бюджет проекта продвижения продукта, компании, сайта в интернет-среде</p> <p>ИПК-3.5. Формирует систему контроля стратегии проекта по продвижению продукта, компании, сайта в интернет-среде</p> <p>ИПК-3.6. Формирует отчетность о реализации стратегии проекта продвижения продукта, компании, сайта в интернет-сети</p> |
| Л. Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга      | ПК-4. Способен осуществлять организационно-управленческие функции по управлению и стимулированию торгового и маркетингового персонала в процессе реализации стратегии интернет-маркетинга | <p>ИПК-4.1. Разрабатывает систему мотивации торгового и маркетингового персонала в цифровой среде</p> <p>ИПК-4.2. Формирует требования к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга</p> <p>ИПК-4.3. Применяет инструменты управления и контроля персонала в интернет-торговле</p>   |
| Тип задач профессиональной деятельности: научно-исследовательский |   |  |
| Л. Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга      | ПК-1. Способен осуществлять самостоятельные научные исследования по перспективным направлениям развития торгово-коммерческой деятельности   | <p>ИПК-1.1. Выявляет перспективные направления исследований, обосновывает актуальность темы исследования и составляет программу исследовательского проекта;</p> <p>ИПК-1.2. Выполняет самостоятельные научные исследования в соответствии с разработанной программой;</p> <p>ИПК-1.3. Представляет результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада</p>  |

Матрица компетенций представлена в приложении 7.

## Раздел 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ

Требования к условиям реализации образовательной программы включают в себя общесистемные требования, требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям реализации программы, а также механизмы оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся.

### 6.1. Общесистемные условия к реализации образовательной программы

6.1.1. Университет располагает материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы *магистратуры* по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» в соответствии с учебным планом, которое закреплено учредителем за Университетом на праве оперативного управления.

6.1.2. 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. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды созданы с использованием собственных ресурсов и ресурсов иных организаций (официальный сайт <https://kubsu.ru/>; электронно-библиотечные системы (ЭБС).

Электронная информационно-образовательная среда Университета обеспечивает:

– доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;

– формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

Использование ресурсов электронной системы обучения в процессе реализации программы регламентируется соответствующими локальными нормативными актами.

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.

6.1.3. Образовательная программа в сетевой форме не реализуется.

## **6.2. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению образовательной программы**

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

Образовательный процесс по реализации образовательной программы организуется на базе:

| <b>№</b> | <b>Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b> | <b>Номера аудиторий / кабинетов</b>  |
|----------|--|--|
|          | Учебные аудитории для занятий лекционного типа                                   | Ауд. 201А, 202А, 205А, 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 2026Л, 2027Л, 4033Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5045Л, 5046Л   |
|          | Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа                       | А208Н, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А, 5043Л<br>201А, 202А, 205А, 520А, 2026Л, 2027Л, 4033Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5045Л, 5046Л, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н,                         |
|          | Аудитории для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)               | ауд. 206 А (кафедра Маркетинга и торгового дела)   |
|          | Аудитории для групповых и индивидуальных консультаций                            | Кафедра Маркетинга и торгового дела<br>ауд.206А  |
|          | Аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации            | А208Н, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А, 5043Л<br>201А, 202А, 205А, 520А, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 2026Л, 2027Л, 4033Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5045Л, 5046Л |

|  |   |
|--|---|
| Помещения для самостоятельной работы, с рабочими местами, оснащенными компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и обеспечением неограниченного доступа в электронную информационно-образовательную среду организации для каждого обучающегося, в соответствии с объемом изучаемых дисциплин | Ауд. 201Н, 202Н, 213А, 218А   |
| Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования  | Н204А, 211Н, 219Н   |
| Спортивный зал   | Спортивный зал № 1 (422,7 М <sup>2</sup> ); Спортивный зал № 2 (424,4 М <sup>2</sup> ); Стадион (общая площадь 21883 м <sup>2</sup> ); Стандартное футбольное поле (общая площадь 7140 м <sup>2</sup> ) с искусственным травяным покрытием; Мини-футбольное поле (общая площадь 1055,2 м <sup>2</sup> ) с искусственным покрытием; Спортзал (88,3 м <sup>2</sup> ); Тренажерный зал физкультурно-оздоровительного комплекса с плавательным бассейном (общая площадь 141,6 м <sup>2</sup> ); Тренажерные залы физкультурно-оздоровительного центра КубГУ (общая площадь 80,4 м <sup>2</sup> ); Зал для занятий фитнесом и аэробикой (площадь 129 м <sup>2</sup> ); Спортивный зал для единоборств (площадь 173,4 м <sup>2</sup> ); Бассейн (общая площадь 2830 м <sup>2</sup> ) на 6 стандартных дорожек (площадь зеркала бассейна 400 м <sup>2</sup> ) физкультурно-оздоровительного комплекса с плавательным бассейном |
| Компьютерные классы с выходом в Интернет   | 201Н (19 мест), 202Н (15 мест), 203Н (15 мест), А203Н (15 мест)   |
| Кабинеты иностранных языков  | А208Н, 202А, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А, 2026Л, 2027Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 5043Л   |
| Лаборатории  | Лаборатория информационных и управляющих систем 201Н<br>Лаборатория экономической информатики 202Н<br>Лаборатория управления в технических системах 207Н<br>Лаборатория организационно-технологического обеспечения торговой и маркетинговой деятельности 201А<br>Лаборатория экономики и управления 212Н<br>Лаборатория безопасности жизнедеятельности 105А  |

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

6.2.2. 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).

6.2.3. 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), практик, на

одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

6.2.4. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

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

### **6.3. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы**

6.3.1. Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками Университета, а также лицами, привлекаемыми Университетом к реализации программы на иных условиях.

6.3.2. Квалификация педагогических работников Университета отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

6.3.3. 100 процентов (в соответствии с требованиями ФГОС ВО не менее 70% ) 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).

6.3.4. 12 процентов (в соответствии с требованиями ФГОС ВО не менее 5%) 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).

6.3.5. 70 процентов (в соответствии с требованиями ФГОС ВО не менее 60 %) 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).

В реализации программы участвуют ведущие преподаватели Университета, имеющие научный и практический опыт в сфере торгового дела, менеджмента и интернет-маркетинга - авторы учебников, учебных пособий, монографий и научных статей по проблемам маркетинга, брендинга, формирования и реализации маркетинговых стратегий, маркетинговых коммуникаций, инновационных маркетинговых технологий.

Среди них:

Костецкий А. Н., канд. экон. наук, доцент, Почетный работник высшего образования РФ, зав. кафедрой. Автор монографий (*учебников*):

Маркетинг (ключевые темы)

Информационное обеспечение маркетинговых решений: учебное пособие

Управление интеллектуальными активами: учебное пособие

Муратова А.Р., канд. экон. наук, доцент кафедры. Автор монографий (*учебников*):

Инновационные маркетинговые технологии в торговле и сфере услуг: практикум  
Управление продажами (учебное пособие)  
Интерактивные формы обучения (учебно-методическое пособие)  
Экономическая эффективность бизнес-проектов: учебно-методическое пособие  
Категорийный менеджмент: управление ассортиментом торговых предприятий: учебное пособие  
Мотивация трудовой деятельности: учебно-методическое пособие

Шевченко Е.В. канд. экон. наук, доцент кафедры. Автор монографий (*учебников*):  
Роль малого хозяйственного уклада в повышении эффективности общественного производства: монография  
Маркетинговое консультирование. Методическое пособие  
Брендинг: основы формирования и управления образом предприятия: учеб. пособие  
Мерчандайзинг: учеб. пособие  
Управление маркетинговым и торговым персоналом: учеб. пособие

Малкова Е.М. канд. экон. наук, доцент кафедры. Автор монографий (*учебников*):  
Маркетинг услуг: учебное пособие  
Экономика и управление в сфере услуг: современные инструменты и тенденции

Журавлёва Е.А., д-р. экон. наук, профессор кафедры. Автор монографий (*учебников*):  
Конкурентоспособные стратегии реструктуризации предприятий агробизнеса (на примере Краснодарского края) (монография)  
Свидетельство на интеллектуальный продукт «Способ оценки вхождения предприятия в рынок» №73200700085 от 22.10.2007 (интеллектуальный продукт)

#### **6.4. Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы**

Финансовое обеспечение реализации образовательной программы 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 Минобрнауки России.

#### **6.5. Механизм оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе**

6.5.1. Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки, в которой Университет принимает участие на добровольной основе.

6.5.2. В целях совершенствования образовательной программы Университет при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников Университета.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по образовательной программе обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

6.5.3. Внешняя оценка качества образовательной деятельности по образовательной программе в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью

подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе требованиям ФГОС ВО.

6.5.4. Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе 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 отвечающими требованиям профессиональных стандартов (при наличии) и (или) требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

## **6.6. Характеристика социокультурной среды реализации образовательной программы**

Целью формирования и развития социокультурной среды реализации образовательной программы на экономическом факультете является подготовка профессионально и культурно ориентированной личности, обладающей мировоззренческим потенциалом, способностями к профессиональному, интеллектуальному и социальному творчеству, владеющей устойчивыми умениями и навыками выполнения профессиональных обязанностей.

Деятельность по организации и развитию воспитывающей социально-культурной среды на факультете ведётся деканом, заместителем декана по воспитательной, внеучебной работе и общим вопросам, студенческим советом факультета, студенческим советом общежития, профсоюзной организацией студентов, кураторами академических групп.

Приоритетными направлениями социальной, внеучебной и воспитательной работы на факультете необходимыми для всестороннего развития личности студента являются: учебная, культурно-досуговая, научно-исследовательская, спортивно-массовая, общественная деятельность

На факультете проводятся внеучебные мероприятия, расширяющие возможности овладения профессиональными компетенциями:

Лекции и мастер-классы от руководителей и ведущих специалистов профильных организаций

Дни карьеры

Встречи с работодателями

Мероприятия по обзору программ академической мобильности

Научно-практические конференции

Кураторские часы

Дни первокурсника

Фестиваль «Этажи»

Конкурс «Мисс и Мистер экономический факультет

День Знаний Экономического факультета

Ежегодный футбольный матч "Преподаватели - Студенты ЭФ"

На факультете действуют органы студенческого самоуправления:

Студенческий Совет Экономического факультета КубГУ

## **6.7. Условия реализации образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Реализация образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья основывается на требованиях ФГОС ВО, Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (приказ Минобрнауки России от 05.04.2017 №301), локальных нормативных актов.

Обучение по образовательным программам инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется Университетом с учётом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Университет создаёт необходимые условия, направленные на обеспечение образовательного процесса для инвалидов и лиц с ОВЗ:

- альтернативная версия официального сайта Университета в сети «Интернет» для слабовидящих;

- специальные средства обучения (обеспечение выпуска альтернативных форматов печатных материалов крупным шрифтом или в виде аудиофайлов; обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации и др.);

- пандусы, поручни, расширенные дверные проёмы и др. приспособления;

- специально оборудованные санитарно-гигиенические помещения;

- электронная информационно-образовательная среда, включающая использование дистанционных образовательных технологий.

Обучающиеся с ОВЗ при необходимости на основании личного заявления могут получать образование на основе адаптированной основной профессиональной образовательной программы. Адаптация ОПОП осуществляется путём включения в учебный план специализированных адаптационных дисциплин (модулей). Для инвалидов образовательная программа проектируется с учётом индивидуальной программы реабилитации инвалида, разработанной федеральным учреждением медико-социальной экспертизы.

Выбор профильных организаций для прохождения практик осуществляется с учётом состояния здоровья инвалидов и лиц с ОВЗ и при условии выполнения требований доступности социальной среды.

Текущий контроль успеваемости, промежуточная и государственная итоговая аттестации обучающихся проводятся с учётом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Для инвалидов и лиц ОВЗ в Университете установлен особый порядок освоения дисциплины (модулей) по [физической культуре и спорту](#) с учетом состояния их здоровья.

В Университете создана толерантная социокультурная среда. Деканатами [факультетов](#), при необходимости, назначаются лица (кураторы), ответственные за педагогическое сопровождение индивидуального образовательного маршрута инвалидов и лиц с ОВЗ, предоставляется помощь студентов-волонтеров. Университетом осуществляется комплекс мер по психологической, социальной, медицинской помощи и поддержке обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ.

**ОПИСАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ  
ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ  
38.04.06 Торговое дело**

Направленность (профиль) / специализация: *Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде.*

Квалификация – *магистр.*

Срок получения образования по заочной форме обучения – **2 года 5 месяцев.**

Объем программы магистратуры составляет **120 зачетных единиц** вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий.

**1. Область (области) профессиональной деятельности и сфера (сферы) профессиональной деятельности выпускников**

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

07. Связь, информационные и коммуникационные технологии в сферах проектирования, разработки, внедрения и эксплуатации информационных маркетинговых технологий и сетей (веб-сайты, мобильные приложения, интернет-порталы, торговые интернет-площадки, базы данных), управления их жизненным циклом; в сфере продвижения продукции, услуг, брендов, интернет-магазинов и иных торговых предприятий, веб-сайтов, мобильных приложений, инновационных продуктов.

09. Финансы и экономика в сферах: исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений в сфере обращения, тенденций развития мировой и национальной торговой индустрии (центры экономического анализа, правительственный сектор, общественные организации); торговой деятельности (торговые, торгово-посреднические, снабженческо-сбытовые, логистические и внешнеторговые организации); коммерческой деятельности в реальном секторе экономики (промышленность, сельское хозяйство, сервис и оказание услуг населению).

**2. Объекты профессиональной деятельности выпускников.**

| Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда) | Типы задач профессиональной деятельности | Задачи профессиональной деятельности | Объекты профессиональной деятельности (или области знания) |
|---|--|--------------------------------------|--|
|---|--|--------------------------------------|--|



|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| <p>Об Связь, информационные и коммуникационные технологии в сферах проектирования, разработки, внедрения и эксплуатации информационных маркетинговых технологий и сетей (веб-сайты, мобильные приложения, интернет-порталы, торговые интернет-площадки, базы данных), управления их жизненным циклом; в сфере продвижения продукции, услуг, брендов, интернет-магазинов и иных торговых предприятий, веб-сайтов, мобильных приложений, инновационных продуктов.</p> | <p>Организационно-управленческий;</p> <p>научно-исследовательский</p> | <p>Продвижение объектов коммерческой деятельности, торговых предприятий, брендов посредством веб-сайтов, интерактивных приложений, социальных сетей и иных каналов продаж, порталов и сервисов в информационно-телекоммуникационных сетях. Формирование и реализация маркетинговых программ, направленных на улучшение рыночных позиций предприятий, развитие социально-экономических отношений и укрепление национальной экономики.</p> <p>Исследование перспективных и актуальных направлений исследований в профессиональной сфере, составление программ исследовательских проектов</p> <p>Изучение, анализ и выявление закономерностей, тенденций и взаимосвязей социально-экономических процессов и явлений в на рынках различных уровней, в отраслях, на конкретных предприятиях различных сфер деятельности, отраслей и форм собственности, для принятия управленческих решений, обеспечивающих эффективное управление коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистическо-распределительной, товароведческой и экспертной деятельностью предприятий и организаций всех форм собственности отраслей и сфер российской экономики</p> | <p>Технологии интернет-продвижения объектов коммерческой деятельности</p> <p>Стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет</p> <p>Рекламные стратегии в сети интернет</p> <p>Стратегии продвижения в социальных сетях</p> <p>Потребительское поведение как основа для разработки стратегий продвижения</p> <p>Стратегии формирования партнёрских отношений с субъектами коммерческой деятельности</p> <p>Макроэкономические и отраслевые тенденции и закономерности развития рынков потребительских товаров и товаров промышленного назначения;</p> <p>Тенденции развития техники и технологии коммерческой деятельности, включая развитие цифровых технологий реализации бизнес-процессов и обслуживания клиентов</p> <p>Тенденции, факторы, закономерности развития потребительского поведения и принятия потребительских решений в онлайн-среде.</p> |
|---|---|---|---|

|   |                                       |   |   |
|---|---------------------------------------|---|---|
| <p>08 Финансы и экономика в сферах: исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений в сфере обращения, тенденций развития мировой и национальной торговой индустрии (центры экономического анализа, правительственный сектор, общественные организации); торговой деятельности (торговые, торгово-посреднические, снабженческо-сбытовые, логистические и внешнеторговые организации); коммерческой деятельности в реальном секторе экономики (промышленность, сельское хозяйство, сервис и оказание услуг населению).</p> | <p>Организационно-управленческий;</p> | <p>Формирование маркетинговой системы взаимодействий коммерческого предприятия с потребителями. Продвижение объектов коммерческой деятельности, торговых предприятий, брендов посредством веб-сайтов, интерактивных приложений, социальных сетей и иных каналов продаж, порталов и сервисов в информационно-телекоммуникационных сетях. Формирование и реализация маркетинговых программ, направленных на улучшение рыночных позиций предприятий, развитие социально-экономических отношений и укрепление национальной экономики.</p> | <p>Технологии проведения маркетинговых исследований<br/>         Маркетинговые программы торговых предприятий<br/>         Маркетинговая деятельность торговых предприятий<br/>         Потребительское поведение<br/>         Ценовая политика торгового предприятия<br/>         Системы сбыта торгового предприятия<br/>         Массивы данных маркетинговой информации<br/>         Товарная политика торговых предприятий<br/>         Рекламные стратегии торговых предприятий</p> |
|---|---------------------------------------|---|---|

### 3. Тип (типы) задач профессиональной деятельности выпускников:

- организационно-управленческий;
- научно-исследовательский.

### 4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса.

Содержание и организация образовательного процесса при реализации данной образовательной программы регламентируется: учебным планом, календарным учебным графиком, рабочими программами учебных дисциплин (модулей), включающими оценочные средства (материалы), рабочими программами практик, включающими оценочные средства (материалы), программой и материалами государственной итоговой аттестации, включающими оценочные средства, методическими материалами.

### 5. Требования к условиям реализации образовательной программы – общесистемные требования

Университет располагает материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы *магистратуры* по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» в соответствии с учебным планом, которое закреплено учредителем за Университетом на праве оперативного управления.

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. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды созданы с использованием собственных ресурсов и ресурсов иных организаций (официальный сайт <https://kubsu.ru/>; электронно-библиотечные системы (ЭБС).

Электронная информационно-образовательная среда Университета обеспечивает:

– доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;

– формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

Использование ресурсов электронной системы обучения в процессе реализации программы регламентируется соответствующими локальными нормативными актами.

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.

Образовательная программа в сетевой форме не реализуется.

**– требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению.**

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 в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

Университет обеспечивает 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), 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 кадровым условиям**

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками Университета, а также лицами, привлекаемыми Университетом к реализации программы на иных условиях.

Квалификация педагогических работников Университета отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

100 процентов (*в соответствии с требованиями ФГОС ВО не менее 70%*) 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).

12 процентов (*в соответствии с требованиями ФГОС ВО не менее 5%*) 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).

70 процентов (*в соответствии с требованиями ФГОС ВО не менее 60%*) 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).

В реализации программы участвуют ведущие преподаватели Университета, имеющие научный и практический опыт в сфере торгового дела, менеджмента и интернет-маркетинга - авторы учебников, учебных пособий, монографий и научных статей по проблемам маркетинга, брендинга, формирования и реализации маркетинговых стратегий, маркетинговых коммуникаций, инновационных маркетинговых технологий.

#### **–механизм оценки качества образовательной деятельности**

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки, в которой Университет принимает участие на добровольной основе.

В целях совершенствования образовательной программы Университет при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников Университета.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по образовательной программе обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по образовательной программе в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности требованиям ФГОС ВО с учетом соответствующей ПООП.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе может осуществляться в рамках профессионально-обще-

ственной 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, отвечающими требованиям профессиональных стандартов, требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.