

**Итоги работы кафедры маркетинга**

**и международного менеджмента за 2015-2018 гг.**

## Итоги деятельности кафедры маркетинга и международного менеджмента УрГЭУ, отражающие базовые аккредитационные показатели, в динамике за последние три года

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№**  **п/п** | **Наименование показателя** | **Единица измерения** | **Данные из модуля вуза** | | |
| **2014/ 2015** | **2015/ 2016** | **2016/ 2017** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1. | **Учебные издания, опубликованные преподавателями кафедры:** | Ед. (печ. листов) | 3  (15,0 п.л.) | 3  (15 п.л.) | 2  (10 п.л.) |
| 2. | **Профессорско-преподавательский состав без совместителей, в том числе:** | кол-во | 16 | 15 | 13 |
| Доктора наук |  | 1 | 1 | 1 |
| Профессора |  | 3 | 3 | 1 |
| Доктора наук и профессора в возрасте до 50 лет |  | - | - | - |
| Кандидаты наук |  | 11 | 11 | 11 |
| Общее количество преподавателей |  | 27 | 25 | 28 |
| Профессорско-преподавательский состав по совместительству, в том числе: |  | 11 | 10 | 12 |
| Доктора наук |  | 1 | 1 | 1 |
| Профессора |  | - | - | - |
| Кандидаты наук |  | 4 | 4 | 5 |
| Преподаватели с опытом практической и консалтинговой деятельности в профессиональной сфере |  | 8 | 7 | 8 |
| Общее количество преподавателей, работающих по совместительству |  | 11 | 10 | 15 |
|  | Члены межвузовских научных коллективов |  | 1 | 1 | 2 |
|  | Прошедшие зарубежную стажировку в течение последних 5 лет |  | 4 | 4 | 5 |
| 3. | **Электронные учебные издания (пособия), используемые в учебном процессе, в том числе:** | кол-во | 1 | 1 | 2 |
| зарегистрированные в Федеральном агентстве по авторским правам | кол-во | - | - | - |
|  | Размещенные в электронной образовательной среде |  | 1 | 1 | 2 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 4. | **Оценка качества выпуска специалистов:** | |  | | 2015 | 2016 | 2017 |
| Хорошие и отличные оценки на госэкзаменах :  **Маркетинг**  **Реклама в торговой деятельности** | | % | | 87  76 | 94  87 | 88  91 |
| Дипломные работы и проекты, оцененные ГАК на «отлично» :  **Бакалавры - Маркетинг**  **Бакалавры - Реклама в торговой деятельности**  Магистратура: Маркетинг и брендинг | | % | | 42  52  61 | 59  50  59 | 47  45  67 |
| Работы, выполненные по заказу работодателей  **Бакалавры - Маркетинг**  **Бакалавры - Реклама в торговой деятельности**  Магистратура: Маркетинг и брендинг | | % | | 1  5  10 | 1  4  12 | 1  6  16 |
| 5. | **Монографии, научные статьи, опубликованные преподавателями и научными сотрудниками кафедры** | | кол-во | | 50 | 77 | 117 |
| Индексируемые в международных базах цитирования Scopus, Web of Science | |  | | 2 | 5 | 9 |
| Индексируемые в РИНЦ | |  | | 39 | 53 | 63 |
| В журналах ВАК | |  | | 7 | 15 | 40 |
|  | монографии | |  | | 2 | 4 | 5 |
| 6. | Подготовка кадров высшей квалификации: | |  | |  |  |  |
| докторанты | | кол-во | | 1 | - | - |
| аспиранты | | кол-во | | 2 | 3 | 3 |
| аспиранты, закончившие аспирантуру с представлением диссертации на защиту | | % | | 100% | 80% | Не было выпуска |
| аспиранты, защитившие диссертации в  срок | | % | | 25% | 50% | - |
| соискатели, защитившие докторские  диссертации | | кол-во | | 1 | - | - |
| соискатели, защитившие кандидатские  диссертации | | кол-во | | 1 | 2 | Защита назначена на 25 апреля 2018 г. |
| 7. | **Профессиональная оценка и признание образовательных программ:** | |  | |  |  |  |
| Наличие профессионально-общественной аккредитации образовательных программ | | свидетельство | | нет | нет | нет |
| **Общественное признание качества подготовки:**  1. Диплом Кафедре маркетинга и международного менеджмента за успешную подготовку высококвалифицированных специалистов в области маркетинга присужден  - Президентом Х Всероссийского конкурса «Лучшая студенческая работа в области маркетинга, Никишкиным В.В.  - Президентом Гильдии маркетологов, Березиным И.С.  - Председателем экспертного совета Сейфуллаевой М.Э. Факультета маркетинга РЭУ им. Плеханова (Копия прилагается)  2. Благодарственное письмо ректора СПбГЭУ, д.э.н., профессора И.А. Максимцева за сотрудничество, высокопрофессиональную подготовку будущих специалистов по результатам Международной студенческой олимпиады «Экономика и Менеджмент» в г. Санкт-Петербурге, 09-14 октября 2017 г. (копия прилагается).  3. Благодарность за содействие, поддержку и активное участие в проведении XVI Межвузовского студенческого фестиваля «Галерея рекламы» Председателя жюри Creative Services Director TBWA (Москва) Ващенко Д.А., ректора Донского государственного технического университета профессора, д.т.н. Месхи Б.Ч., Президента фестиваля по направлению «Реклама и связи с общественностью», к.и.н. Шишова Н.В., г. Ростов-на-Дону, 2017 г. (копия прилагается)  4. Отзыв Комитета по товарному рынку Администрации г. Екатеринбурга о качественной подготовке студентов в области теоретических знаний по маркетингу, 2015 г.  Высокое качество подготовки специалистов по маркетингу и рекламе подтверждается победами студентов на международных и всероссийских конкурсах (олимпиадах):   1. Дудкина О.А. – диплом по итогам XI Всероссийского конкурса «Лучшая студенческая работа в области маркетинга» за дипломную работу магистра «Маркетинг взаимоотношений на рынке банковских услуг», 2015 год, Москва (копия диплома прилагается) 2. Доганадзе В.Д. 3 место по итогам XII Всероссийского конкурса «Лучшая студенческая работа в области маркетинга» (магистратура) по теме «Стратегия продвижения международного спортивного мероприятия на региональном рынке», 2016 год, Москва (копия сертификата прилагается) 3. Подливалова А.А. диплом по итогам Всероссийского конкурса выпускных квалификационных работ в области маркетинга Дальневосточного федерального университета за победу в номинации «Лучшее решение в области управления результативностью маркетинговой деятельности» (магистратура), 2016 г., Владивосток (копия диплома прилагается) 4. Марфина К.М. по итогам XIII Всероссийского конкурса «Лучшая студенческая работа в области маркетинга» по теме «Продвижение бренда организации с использованием репутационного рейтинга» (бакалавриат), 2017 г., Москва. 5. Белоусова А. и Курбатова В. диплом за 3 место в номинации «Фирменный стиль» по итогам XVI Межвузовского студенческого фестиваля «Галерея рекламы», 2017 г., Ростов-на-Дону. 6. Рябенко Е. победитель кейс-чемпионата Научного молодежного Форума «Future@MGIMO. Четвертая промышленная революция: возможности и вызовы для России», Москва, МГИМО, 11-12 апреля 2017 г. 7. Возмилова А. Диплом за 3 место в секции Маркетинг по результатам Международной студенческой олимпиады «Экономика и Менеджмент» в г. Санкт-Петербурге, 09-14 октября 2017 г. 8. Кукушкина П.А. диплом за 1 место в Семнадцатой Всероссийской олимпиаде развития народного хозяйства России в номинации Развитие рекламных рынков и услуг, Москва, 2017. 9. Маликова Е.Г. за 1 место в Десятом конкурсе МСЭФ в номинации Интегрированные маркетинговые коммуникации, Москва, 2017. 10. Джуджуева О.А. за 1 место в Десятом конкурсе МСЭФ в номинации Развитие социальных мобильных приложений, Москва, 2017. 11. Толмачева Н.И. диплом за 1 место в Восьмом Всероссийском конкурсе социальной рекламы в номинации Семья – основа общества, Москва, 2017 год. 12. Дрейзина Е.Д. диплом за 2 место в Восьмом Всероссийском конкурсе социальной рекламы в номинации Дети одной Родины, Москва, 2017 год. 13. Баландина О.В. диплом за 3 место в Восьмом Всероссийском конкурсе социальной рекламы в номинации Национальное достояние, Москва, 2017 год 14. Коновалова П.И. диплом за 3 место в Восьмом Всероссийском конкурсе социальной рекламы в номинации Выход есть, Москва, 2017 год 15. Саламатина Е.В. диплом за 3 место в Восьмом Всероссийском конкурсе социальной рекламы в номинации Выход есть, Москва, 2017 год 16. Столярова Е.В. диплом за 3 место в Восьмом Всероссийском конкурсе социальной рекламы в номинации Выход есть, Москва, 2017 год 17. Стариков И.А. диплом за 3 место в Восьмом Всероссийском конкурсе социальной рекламы в номинации Волонтерство и добровольчество, Москва, 2017 год 18. Дунаева А.Б. и Джуджуева О.А. диплом за 3 место в Восьмом Всероссийском конкурсе социальной рекламы в номинации Национальное достояние, Москва, 2017 год и др. 19. Бороздина Н.А. диплом I степени за участие в международной олимпиаде научных работ молодежи «Инновационная Евразия» ЕЭФМ (прилагается). 20. Полевцова Ю.А. грамота за лучшее проектное решение маркетинга образовательных организаций во всероссийском конкурсе выпускных квалификационных работ в области маркетинга Института маркетинга Государственного университета управления (Москва) в 2016 г. (прилагается). 21. Жерлыгина Л. Диплом за III место в международном конкурсе по маркетингу Big Game Marketorium Университета ИТМО, г. Санкт-Петербург, 2016 г. (прилагается). 22. Щербакова К., Синицына А. и др. диплом за I место в Международном конкурсе прикладных проектов «Маркетинговый вызов Тренто» ЕЭФМ на английском языке в 2016 г. и др. 23. Кудасов Артем и Кузнецова Татьяна , 2 место в международном конкурсе Маркетинговый вызов Тренто на английском языке, 2017 год. 24. Алексеева Светлана Дмитриевна, 3 место в XII Всероссийском конкурсе «Лучшая студенческая работа в области маркетинга» по теме «Международные проекты как инструмент продвижения бренда г. Екатеринбурга», 2016 г. 25. Толстоухова И.О. сертификат за участие в XII Всероссийском конкурсе «Лучшая студенческая дипломная работа в области маркетинга» в номинации «Маркетинговые исследования», 2016 г. 26. Калупаева М.А. 3 место в Шестнадцатой Всероссийской олимпиаде развития народного хозяйства России, 2016 год. 27. Лыкова К.В., магистрант программы Маркетинг и брендинг УрГЭУ, Свидетельство о назначении стипендии Губернатора Свердловской области за особые успехи в учебной и творческой деятельности, 2017. | | | | | | |
| 8. | **Результаты конкурса абитуриентов по специальности:** |  | |  | |  |  |
| заявления абитуриентов на одно бюджетное место  Маркетинг (очная форма)  Рекламный менеджмент  Магистратура Маркетинг и брендинг | кол-во | | 271  163  98 | | 294  189  112 | 292  144  148 |
| обучающиеся на коммерческой основе  Маркетинг (очная форма)  Рекламный менеджмент  Магистратура Маркетинг и брендинг | % | | 57  67  18 | | 77  71  16 | 84  100  14 |
| средний балл по ЕГЭ, зачисленных на 1 курс (бюджет)  Маркетинг  Рекламный менеджмент | балл | | 76,8  75,1 | | 77,5  71,3 | 79,4  74,5 |
|  | средний балл по ЕГЭ, зачисленных на 1 курс (внебюджет)  Маркетинг  Рекламный менеджмент | балл | | 61  59 | | 59  58 | 57,2  52,3 |

1. Кафедра маркетинга и международного менеджмента готовит специалистов по маркетингу с 1998 года, специалистов по рекламе – с 2006 года. Кафедра осуществляет подготовку кадров с высшим образованием на всех трех уровнях:

- бакалавриат (**563** студента по данным за 2017 год)

- магистратура (**86** студентов)

- аспирантура (**3** студента), научная специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

На конец 2017 г. по программам кафедры по разным формам обучения обучалось **652** студента. Контингент студентов по профилям и программам прилагается.

2. Главной отличительной характеристикой контингента студентов кафедры является преобладание числа очных студентов над количеством студентов, обучающихся по заочной форме обучения. Доля студентов очной формы обучения составляет 56,7%, что отвечает требованиям Минобрнауки РФ.

3. Набор на магистерскую программу «Маркетинг и брендинг» по очной и очно-заочной форме увеличивается (рисунок 1).

4. Средний возраст преподавателей кафедры маркетинга и международного менеджмента составляет 44 года, что ниже среднеуниверситетского показателя (список преподавателей кафедры прилагается с указанием образования и перечня читаемых дисциплин).

5. Большое внимание уделяется научно-исследовательской работе преподавателей и студентов. Зав. кафедрой д.э.н., профессор Л.М. Капустина признана лучшим ученым УрГЭУ в 2015 году (грамота ректора УрГЭУ за победу в конкурсе «Лучший из лучших» прилагается). В 2017 году участвовала в конкурсе Губернатора Свердловской области «Профессор года» (благодарственное письмо министра общего и профессионального образования Свердловской области прилагается). Является экспертом Российской Академии наук. Преподаватели кафедры за 2017 год удвоили показатели научно-исследовательской деятельности, заняли 3-е место среди кафедр университета по общему числу научных публикаций (отчет по научно-исследовательской деятельности за 2017 год прилагается, а также краткие сводные отчеты по НИР за 2016 и 2015 годы). Выросло качество публикаций, число научных статей в международных базах цитирования и ВАК возросло в разы и составило по итогам 2017 г. 9 статей, кафедра маркетинга и международного менеджмента входит в число лидеров среди кафедр университета по числу публикаций Scopus и Web of Science.

7 ноября 2017 года кафедрой организована Международная научно-практическая конференция «Маркетинг и брендинг – вызовы XXI века».

Рисунок 1– Динамика приема в магистратуру на программу Маркетинг и брендинг, число зачисленных.

6. Кафедра стимулирует публикационную активность студентов (таблица 1). Так в 2017 году в университетском сборнике по итогам IX Всероссийского форума студентов и молодых ученых «Конкурентоспособность территории» под руководством преподавателей кафедры опубликовано более 10% научных статей от общего числа статей. Всего за 2017 год опубликованы 147 научных работ студентов кафедры.

Ежегодно студенты кафедры маркетинга и международного менеджмента выигрывают конкурс на получение стипендии Губернатора Свердловской области. Так, по итогам 2016 года из 13 стипендиатов - студентов УрГЭУ, кафедрой маркетинга и международного менеджмента подготовлены 7 студентов бакалавриата и магистратуры или более половины от всех студентов университета, победивших в конкурсе (список прилагается).

Академические группы кафедры маркетинга и международного менеджмента ежегодно побеждают в конкурсе на «Лучшую группу года по науке», благодарственное письмо ректора УрГЭУ кафедре прилагается.

7. Кафедра ежегодно проводит студенческую конференцию «Менеджмент и маркетинг: вызовы 21 века», в которой участвуют студенты многих вузов России от Симферополя до Владивостока, более половины участников - иногородние. 24 октября 2017 конференция была проведена силами преподавателей кафедры в пятый раз (отчет за 2016 год и содержание сборника за 2017 год прилагается).

Таблица 1 – Динамика научно-исследовательской работы студентов в 2015-2017 гг.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2015 | 2016 | 2017 |
| Число статей студентов | 110 | 167 | 147 |
| Число конкурсных работ студентов | 10 | 182 | 187 |
| Число побед студентов в научных конкурсах | 21 | 23 | 41 |

Список публикаций студентов кафедры представлен в отчете по науке за 2017 год (прилагается). Некоторые награды, сертификаты победителей конкурсов и участников конференций прилагаются.

8. Кафедра маркетинга и международного менеджмента, единственная в университете ведет ряд дисциплин на английском языке для студентов бакалавриата, а также руководит единственной в УрГЭУ магистерской программой на английском языке.

**Таблица 2**.

**Показатели рейтинга, достигнутые кафедрой за 2016/2017 учебный год**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Наименование показателя деятельности кафедры | | | Примечание | |
| **1.** | **Учебная и методическая работа, востребованность выпускников, участие работодателей в подготовке специалистов** | | | Кафедра выполняет все требования ФГОС по направлению Менеджмент, касающиеся состава научно-педагогических работников:  18% дисциплин на программе Маркетинг и Брендинг читают практики, руководители профильных предприятий,  10% дисциплин – по программам бакалавриата | |
| 1.1. | Научно-методические разработки по проверке и оценке самостоятельной работы студентов, в том числе | | | Имеются по всем дисциплинам учебного плана, учебные планы Маркетинг, Рекламный менеджмент, Маркетинг и брендинг (магистратура) прилагаются | |
| 1.1.1. | | Наличие ФОС | Абсолютно по всем дисциплинам учебного плана имеются ФОС | |
| 1.1.2. | | Наличие карты компетенций | Прилагаются матрицы компетенций:  Маркетинг, Рекламный менеджмент (бакалавриат)  Маркетинг и брендинг (магистратура) | |
| 1.2. | **Наличие мультимедийных лекций**:  Мультимедийные лекции имеются по всем дисциплинам, читаемым преподавателями кафедры:  - Маркетинг,  - Маркетинговые исследования,  - Бренд-менеджмент,  - Международный маркетинг,  - Поведение потребителей,  - Маркетинг взаимоотношений,  - Маркетинг инвестиционных товаров  - Маркетинг продаж,  - Бизнес-коммуникации,  - Медиапланирование,  - Персональный брендинг,  - Искусство презентаций и ведения деловых переговоров,  - Маркетинг менеджмент,  - Копирайтинг и нейминг,  - Маркетинг услуг,  - Разработка и технологии производства рекламного продукта,  - Интернет- маркетинг,  - Рекламный менеджмент,  - Основы рекламы,  - Проектирование рекламной и ПР кампании,  - Управление цепочкой создания ценности,  - BTL-технологии. | | | | |
| 1.3. | Наличие научно-методических разработок проведения занятий на основе реальных деловых (производственных) ситуаций | | | | Анализ и решение кейсов применяются в следующих дисциплинах, кейсы представлены в ФОС рабочих программ дисциплин:  - Маркетинг,  - Бренд-менеджмент,  - Международный маркетинг,  - Поведение потребителей,  - Маркетинг взаимоотношений,  - Маркетинг продаж,  - Бизнес-коммуникации,  - Маркетинг менеджмент,  - Копирайтинг и нейминг,  - Маркетинг услуг,  - Интернет- маркетинг,  - Рекламный менеджмент,  - Основы рекламы,  - Проектирование рекламной и ПР кампании,  - Управление цепочкой создания ценности,  - BTL-технологии. |
| 1.4. | Наличие научно-методических разработок проведения занятий на основе реальных технико-экономических показателей деятельности предприятий (фирм) и их подразделений | | | | Реальные бизнес ситуации и анализ технико-экономических показателей реальных предприятий применяются преподавателями – практиками при преподавании следующих дисциплин:  - Маркетинговые исследования с SPPS (магистратура),  - Бренд-менеджмент,  - Маркетинг взаимоотношений,  - Маркетинг инвестиционных товаров  - Медиапланирование,  - Персональный брендинг,  - Разработка и технологии производства рекламного продукта,  - Интернет- маркетинг,  - Рекламный менеджмент,  - Проектирование рекламной и PR кампании. |
| 1.5. | Наличие научно-методических разработок выполнения курсовых работ (проектов) на основе реальных технико-экономических показателей деятельности предприятий (фирм) и их подразделений на основе инновационной тематики (по согласованию с предприятиями) | | | | Наименование дисциплин и % реальных проектов  - Маркетинг (18%)  - Маркетинг продаж (23%)  - Международный маркетинг (26%)  - Основы рекламы (32%)  - Бренд-менеджмент, магистратура (75%)  - Маркетинговые исследования, магистратура (91%),  - Маркетинг менеджмент – магистратура (79%). |
| 1.6. | Наличие научно-методических разработок выполнения дипломных работ (проектов) на основе реальных технико-экономических показателей деятельности предприятий (фирм) и их подразделений на основе инновационной тематики (по согласованию с предприятиями) | | | | % реальных проектов  21% |
| 1.6.1. | Участие работодателей в постановке заданий и тем выпускных квалификационных работ студентов | | | Все темы ВКР в индивидуальном задании на преддипломную практику согласовываются с руководителем по практике от организации, 100%  Пример индивидуального задания прилагается |
| 1.6.2. | Количество студентов, обучающихся по индивидуальным планам, согласованным с работодателями | | | нет |
| 1.7. | Участие работодателей в практической подготовке студентов (практика): | | | | Список договоров с предприятиями  Ознакомительная практика:  Комитет по товарному рынку Администрации города Екатеринбурга – 23 студента в рамках соглашения с УрГЭУ и программы «Дублер».  Производственная практика:  АО "Региональная Строительная Группа - Академическое"  ООО «Эталон»  ООО «Электроприбор»  ООО «Промышленная группа «Уралатом»  ООО "СВК-Групп"  Концертное ивент-агентство "ГАСТРОЛИ"  Комитет по товарному рынку Администрации г.Екатеринбурга  ФГУП "ПО "Маяк"  ООО “Сима-Ленд”  ООО "Бизнес Бест"  ООО "ПроектСтройСпорт" и др. |
| ознакомительная | | | |
| производственная | | | |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | преддипломная | | | ИП Черкашин А.Н.  Муниципальный фонд поддержки малого предпринимательства города Североуральска  ЗАО "Уралтехфильтр-Инжиниринг"  ООО «Хладкомбинат № 3»  ЗАО "Форум-групп"  OOO «Адидас»  ООО "Транспортные Традиции"  ООО "Спутник Маркетинг"  ООО"Эйч энд Эм Хеннес энд Мауриц»  ООО "Позитив-плюс"  ООО "Инфотерра-Урал"  ООО "Эковата-Екатеринбург"  ООО ПКФ МетЭнергоПром и др. | |
| выполнение выпускной работы в организации работодателя | | |
| 1.8. | Целевая контрактная подготовка (доля выпускников, подготовленных по договорам с предприятиями и организациями) | | | Целевую контрактную подготовку проходят 2 студента (прием 2015 года), договор на целевое обучение заключен с Администрацией Верх-Исетского района гор. Екатеринбурга | |
| 1.9. | Трудоустроенные по профилю подготовки выпускники | | | Маркетинг, Реклама (бакалавриат) – 85%  Маркетинг и брендинг (магистратура) -94% | |
| 1.10. | Наличие базы данных о выпускниках, их производственной и научной деятельности, а также карьерном росте | | | Имеется база данных о наиболее активных выпускниках и тех, кто вступил в ассоциацию выпускников УрГЭУ, презентация о некоторых выпускниках прилагается | |
| 1.11. | Наличие базы данных инвесторов и работодателей | | | Базу данных централизованно по университету ведет отдел взаимодействия с работодателями УрГЭУ, доступен в главном меню сайта УРГЭУ, usue.ru. | |
| 1.12. | Проведение кафедрой презентаций образовательных программ, проведение и участие в ярмарках вакансий рабочих мест | | | Кафедра участвует во всех днях открытых дверей университета и в выездных профориентационных мероприятиях. Прилагаются рекламные буклеты образовательных программ по Маркетингу, Рекламному менеджменту и Маркетингу и брендингу (магистратура) | |
| **2.** | **Научная работа, подготовка кадров высшей квалификации, международное сотрудничество, инновационная деятельность** | | |  | |
| 2.1. | Количество студентов, участвовавших в научном мероприятии и удостоенных наград за научно-исследовательскую работу под руководством преподавателя (диплом, грамота, удостоверение): | | | Количество участников % от количества студентов специальности (все курсы)  187 студентов подготовили конкурсные работы  Победы – 41 студент или 21,9% | |
| международный | | | 12 | |
| российский | | | 16 | |
| региональный | | | 0 | |
| вузовский | | | 13 | |
| 2.2. | Участие кафедры в совместных научных исследованиях с российскими и зарубежными вузами и организациями | | | 1. Подготовка совместных научных публикаций с Тревизаном Итало (Университет Тренто), Валерио Темперини (Университет Марке, Италия), с Липковой Людмилой (Университет экономики Братиславы, Словакия), Ральфом Вагнером (Университет Касселя, Германия)  2. Чтение лекций преподавателями кафедры в Университете Тренто по программе Erasmus Mundus (финансирование ЕС) | |
| 2.3. | **Количество опубликованных статей преподавателями в зарубежных журналах, в отечественных журналах и с участием студентов**:  1- Сысоева Татьяна Леонидовна, Аликперов Игорь Мирзамович, Тимохина Галина Сергеевна Тенденции и перспективы развития российского рынка private banking // Маркетинг в России и за рубежом, № 4, 2017.  2- Вязовская Вероника Владимировна, Капустина Лариса Михайловна. Инструменты государственного регулирования туризма в преддверии ЧМ- 2018. / Материалы VII международной научно-практической конференции "ТУРИЗМ КАК ФАКТОР РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ" (Екатеринбург, 18 мая 2017 г.)  3- Капустина Лариса Михайловна, Вязовская Вероника Владимировна, Кондратенко Юлия Николаевна. Cluster Analysis of Country Competitiveness in the Global Tourism Market. | Conference Proceedings of the 17th International scientific conference "Globalization and its socio-economic consequences"-2017 (Slovak Republic, Rajecke Teplice, 04. – 05. October 2017)  4- Капустина Лариса Михайловна, Вязовская Вероника Владимировна, Кондратенко Юлия Николаевна. Конкурентные кластеры стран на мировом рынке туристских услуг./ Экономика: вчера, сегодня, завтра. - № 8.- 2017.  5- Капустина Л.М., Карманов А.А. Формирование имиджа города в маркетинге территории. // Экономика и предпринимательство 2017. № 8-2(85-2) с. 307-311.  6- Мыслякова Ю. Г., Репринцева А. П. Теоретические аспекты экономики управления продажами на предприятии// Труды Х Международной зимней школы по институциональной экономике. - Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2017. - 268 с. (С. 128-130).  7- Drevalev L. M. K. A. A., Ilyenkova K. M. Category Management Implementation in The Retail Market of Fast-moving Consumer Goods //INNOVATION MANAGEMENT, ENTREPRENEURSHIP AND SUSTAINABILITY 2017. – С. 379. Prague. 25 May -2017  8 - Изакова Н.Б., Аношко А.А. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ Г. ЕКАТЕРИНБУРГА С ПРИМЕНЕНИЕМ МЕТОДОВ СТАТИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА.// НОВАЯ НАУКА И ФОРМИРОВАНИЕ ИНТЕГРАТИВНО-ЦЕЛОСТНОГО МЫШЛЕНИЯ Под редакцией С.В. Кузьмина. Казань, 2017  9- Капустина Л.М., Кизнерцева Ю. Применение CRM для управления персоналом в корпоративной бизнес системе. / Цифровая экономика и «Индустрия 4.0»: проблемы и перспективы : труды научно- практической конференции с международным участием / под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В.Бабкина. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2017. – 685 с. с. 296-299.  10 - Сысоева Т.Л., Мелентьева Е.Н. ОБЗОР РЫНКА ГЛЯНЦЕВЫХ ИЗДАНИЙ ГОРОДА ЕКАТЕРИНБУРГ И АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЕГО РАЗВИТИЯ / Сборник материалов Международной научно-практической конференции «МАРКЕТИНГ И БРЕНДИНГ – ВЫЗОВЫ ХХI ВЕКА», УрГЭУ, 7-8 ноября 2017.  11 - Мыслякова Ю.Г., Репринцева А. П. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БРЕНДБИЛДИНГА / Маркетинг и брендинг: вызовы ХХI века: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 7 ноября 2017 г.) / отв. за вып. Л. М. Капустина. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2017. и др. | | | | |
| 2.4. | **Инновации в образовании и науке, созданные на кафедре:**   1. Каждый год преподаватели кафедры участвуют в университетском конкурсе «**Новое в технологии обучения»:**   В 2017 году Т.Л. Сысоева награждена почетным дипломом за Первое место в номинации "Использование информационно-коммуникационных технологий в учебном процессе" – применение открытых онлайн курсов.  И. Д. Возмилов награжден почетным дипломом за Третье место в номинации  "Разработка и внедрение инновационных педагогических технологий (в том числе интерактивных технологий обучения)"  В 2016 году первые места в конкурсе заняли: Капустина Л.М. и Худякова Т.Л. за применение в учебном процессе при подготовке маркетологов компьютерной бизнес-симуляции МаркСтрат, Архангельская К.В. за практико-ориентированный подход к подготовке специалистов по маркетингу и рекламе с использованием проектного подхода и привлечением практиков.  В 2015 году победителями конкурса «Новое в технологии обучения» стали Возмилов И.Д. за интерактивную и креативную технологию обучения ораторским поединкам, Изакова Н.Б. – за применение программного пакета SPSS в обучении дисциплине «Маркетинговые исследования».  2. Ежегодно в октябре уже в течение 6 лет проводится Неделя маркетинга и рекламы под эгидой АКАР, приуроченная к профессиональным праздникам – Дню работника рекламы и Дню маркетолога. Программа недели включает три блока:  1. Научный блок – Студенческая научно-практическая конференция кафедры «Менеджмент и маркетинг: вызовы 21 века»  2. Профессиональный блок – серия (10-12) мастер-классов и тренингов от ведущих специалистов в сфере маркетинга и рекламы и встреча с выпускниками кафедры.  3. Круглый стол с работодателями.  Участникам выдаются сертификаты, удостоверяющие прохождение обучения на мастер-классах (рекламные плакаты за 2016 и 2017 годы прилагаются)  3. Международный конкурс прикладных проектов «Маркетинговый вызов университета Тренто» проводится ежегодно в рамках ЕЭФМ совместно с итальянским профессором Итало Тревизаном. В сентябре формируются интернациональные команды студентов (Италия, Испания, Россия – УрГЭУ, РУДН и Северо-Кавказский федеральный университет), в октябре итальянские и испанские компании формируют технические задания командам по разработке маркетинговых стратегий выхода на зарубежные рынки (реальные бизнес кейсы). Студенты в виртуальных командах, используя электронные коммуникации, выполняют проекты. В феврале в Тренто проводится первый тур конкурса. 2 команды итальянских студентов финалистов приезжают в Екатеринбург, в УрГЭУ и выступают на форуме, где определяются победители. Организуются визиты студентов в Тренто для выполнения проектов. Студенты учатся реализовывать межкультурные коммуникации на английском языке и совместно с иностранными партнерами разрабатывать стратегии международного маркетинга. Благодарственное письмо Университета Тренто прилагается.  4. В учебном плане магистратуры Маркетинг и брендинг предусмотрена бизнес-симуляция МаркСтрат, которая относится к одной из самых эффективных образовательных технологий в мире для обучения стратегическому маркетингу. Применяется преимущественно бизнес школами. УрГЭУ – один из немногих университетов России, использующий компьютерную бизнес симуляцию в учебном процессе. Эффективность ее применения показана ниже. | | | | |
| **3.** | **Воспитательная работа** | | | |  |
| 3.1. | Участие преподавателей в качестве ответственного исполнителя в мероприятиях комплексного плана воспитательной работы образовательной организации | | | | На кафедре назначаются кураторы групп из числа НПР, воспитательную работу в университете проводят институты под руководством проректора по социальной и молодежной политике. |
| 3.2. | **Организация участия абитуриентов и студентов в олимпиадах.**  Ежегодно студенты принимают участие в следующих олимпиадах и конкурсах:  1. Международная олимпиада «Инновационная Евразия» (УрГЭУ),  56 студентов в 2017 году.  2. Международная студенческая олимпиада по маркетингу (Санкт-Петербург, Санкт- Петербургский государственный экономический университет). 4 студента. В 2017 году заняли 3 место в секции Маркетинг.  3. Международный конкурс прикладных проектов «Маркетинговый вызов Университета Тренто» совместно с итальянским вузом – партнером на английском языке:  В 2017 году приняли участие 41 человек.  4. Олимпиады и конкурсы МСЭФ - Международного союза экономистов и финансистов, 89 студентов в 2017 г.  5. Всероссийский конкурс дипломных работ в области маркетинга (РЭУ им. Плеханова, Москва), 15 студентов за 2017 год. | | | | |
| 3.3. | Общественно-имиджевая работа кафедры | |  | | |
| 3.3.1. | Выпуск проспекта кафедры для абитуриентов | Буклеты для абитуриентов прилагаются  - Маркетинг,  - Рекламный менеджмент  - Маркетинг и брендинг (магистратура) | | |
| 3.4. | **Участие студентов и сотрудников кафедры в социально-экономической и культурной жизни образовательной организации и региона**  **2015 год**: Администрация гор. Екатеринбурга выразила благодарность за помощь в разработке проекта по продвижению программы «Екатеринбургское качество» (прилагается)  Кафедра принимала участие в разработке стратегического плана развития Екатеринбурга (благодарственное письмо Главы администрации г. Екатеринбурга прилагается).  Гимназия № 99 г. Екатеринбурга поблагодарила за помощь в организации фестиваля иностранной песни «MUSIC AWARDS» (прилагается).  Благодарность института социального образования за активное сотрудничество со студенческой молодежью в рамках Фестиваля AD&PR (NON STOP) (прилагается).  Фонд поддержки молодежного предпринимательства «АГАТ» выразил благодарность за проведение семинара «Инструменты малобюджетного маркетинга» для начинающих предпринимателей.  **2016**  Проведение Всемирного дня достоинства в школах Екатеринбурга  Организация встречи школьников гимназии 99 с финалистом шоу «Голос. Дети» (3 сезон) Таисией Подгорной.  Благодарность администрации Орджоникидзевского района гор. Екатеринбурга за участие в проведении новогодних мероприятий на бульваре Культры в 2016 г. (прилагается).  Благодарность Министерства агропромышленного комплекса и продовольствия Свердловской области за организацию VI Фестиваля барбекю в 2016 г. (прилагается).  **2017**  Экспертиза областного фестиваля социально-значимых, творческих проектов «Профессионалы Урала»  Экспертиза областного сетевого проекта «Уральская академия лидерства»  Участие в организации 15 Слета лучших академических групп вузов Свердловской области  Организация встреч с работающей молодежью Красноуральска.  Участие студентов и преподавателей в качестве экспертов I и II Международного студенческого конкурса «Творческие мастерские: инновационные проекты для современных инженерных технологий» (в рамках Комплексной программы «Уральская инженерная школа») Благодарность Министра общего и профессионального образования Свердловской области Ю.И. Биктуганова прилагается.  Благодарность за участие в организации III Международного фестиваля экспертов индустрии красоты Expert Beauty Fest 2017 (прилагается).  Благодарность Фонда «АГАТ» за проведение обучающего семинара «SMM маркетинг для начинающих» (прилагается). | | | | |
| 3.5 | **Участие кафедры в общественно-образовательных проектах на территории**  - Преподаватели кафедры участвовали в проведении национального чемпионата профессионального мастерства по стандартам WorldSkills в Уральском федеральном округе в 2015 г. Благодарность Президента Союза «Вордскиллс Россия» П.П. Черных прилагается.  - Кафедра содействовала проведению Регионального чемпионата «Молодые профессионалы» (WorldSkills) в Свердловской области в 2016 г. по компетенции Предпринимательство (благодарственное письмо Министра общего и профессионального образования Свердловской области Ю.И. Бикутганова прилагается.  - Преподаватели кафедры внесли активный вклад в организацию акции «Молодежь за честную конкуренцию» в 2015 г. (благодарность Руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области прилагается)  - Формирование молодежной секции Института человека при УрГЭУ.  - Участие в качестве эксперта на всероссийском конкурсе английского языка в УрГПУ  - Выступление на форуме международной организации AIESEC на тему «Как молодежь может менять мир», Екатеринбург  - Участие в качестве эксперта на олимпиаде по истории российского предпринимательства в Свердловской области.  - Участие в качестве эксперта в конкурсе научно-исследовательских проектов «Persona» (организатор – Дворец молодежи) | | | | |
| 3.6. | Информационное оформление кафедры и возможности получения студентами информации по образовательной и научной деятельности кафедры | | Сайт кафедры маркетинга и международного менеджмента  meu.usue.ru. | | |

Стратегическую бизнес симуляцию MarkStrat, разработанную профессорами ведущей европейской бизнес школы INSEAD в сотрудничестве с консалтинговой компанией StratX (Франция), относят к инновационной образовательной технологии[[1]](#footnote-1). Бизнес-симуляция основана на современной концепции «обучения практикой» (learning by doing). Математическая модель и программное обеспечение бизнес-симуляции базируются на современных теориях рыночной экономики, конкурентного анализа, менеджмента, маркетинга и поведения потребителей. До начала симуляции студенты получают учебное пособие, подробно описывающее технические особенности работы в компьютерной программе. Цель каждой команды - увеличить доли рынка своих брендов и прибыль фирмы. В каждом раунде игры студенты принимают решения по каждому продукту: об объёмах производства с учётом остатков на складах; о ценах с учётом наценки посредников; о расходах на рекламу; о местах продажи товаров и величине торгового персонала в каждом канале сбыта; о требуемых маркетинговых исследованиях и НИОКР.

Ценность образовательной технологии заключается в возможности применить теоретические знания для разработки и реализации долгосрочной маркетинговой стратегии компании, принятия оперативных маркетинговых решений в виртуальной среде. 25 из 30 ведущих бизнес-школ мира используют Markstrat на своих программах уже несколько десятилетий. Компьютерная программа обновляется ежегодно. Markstrat – это лидер бизнес-симуляций по оценкам Financial Times. Преподаватели Стокгольмской школы экономики в России определили бизнес симуляцию как самую эффективную технологию обучения менеджеров и показали, что Markstrat обеспечивает обучающее воздействие и уровень вовлеченности выше, чем чтение, лекции, семинары, групповая работа, разбор кейсов. При этом данная технология является безрисковой в отличие от метода проб и ошибок.

Проведено очное сплошное анкетирование студентов, обучающихся по магистерской программе «Маркетинг и брендинг» в Уральском государственном экономическом университете. Всего было опрошено 24 студента, которые участвовали в бизнес-симуляции MarkStrat в осеннем семестре 2016-2017 учебного года. По результатам анкетирования студентов магистратуры были сделаны выводы о роли бизнес-симуляции в освоении базовых практических навыков специалиста по маркетингу.

Средневзвешенная оценка полезности бизнес симуляции MarkStrat для студентов составила 8,6 балла. Студенты оценили полезность участия в компьютерной игре MarkStrat по 10-балльной шкале следующим образом: 10 баллов присвоили 8 участников игры, 9 баллов – 5 студентов, 8 баллов – 7 студентов (рисунок 2). 3 студента поставили 7 баллов и 1 студент – 5 баллов.

Рисунок 2 - Распределение студентов в зависимости от оценок полезности бизнес-симуляции MarkStrat по 10-балльной шкале, % студентов

В процессе компьютерной игры студенты приобрели ряд навыков и умений. В первую очередь респонденты отметили, что игра научила их принимать управленческие решения в сжатые сроки. Во-вторых, в процессе бизнес-симуляции MarkStrat они синтезировали знания о стратегическом маркетинге, развили стратегическое мышление (таблица). Из практических навыков на первое место участники игры поставили оценку рекламного бюджета, определение потребностей в маркетинговых исследованиях для компании.

Студенты из группы лидеров наивысший балл поставили такому навыку как работа с целевыми сегментами, что свидетельствует о высокой обучающей способности бизнес-симуляции. Вторым важным качеством игры является приобретение участниками ценного опыта работы в команде для достижения коллективных целей. Немаловажным итогом игры стало понимание студентами, когда нужно проводить маркетинговые исследования и какого характера. Подавляющее большинство оценок приобретаемых в процессе симуляции умений являются высокими (таблица 2).

Таблица 2 - Значимость знаний, навыков и умений, развиваемых в процессе участия в бизнес-симуляции MarkStrat[[2]](#footnote-2)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Знания, навыки, умения | Средний балл,  24 студента | Средний балл лидеров,  8 студентов | Средний балл аутсайдеров,  4 студента |
| 1 | Научились принимать управленческие решения в сжатые сроки | 8,4 | 9,5 | 8,0  (1 место) |
| 2 | Игра позволила синтезировать знания о стратегическом маркетинге, развить стратегическое мышление | 8,3 | 9,8  (3 место) | 6,8  (2 место) |
| 3 | Научились оценивать рекламный бюджет | 8,3 | 9,8  (4 место) | 6,5  (4 место) |
| 4 | Игра дает ценный опыт работы в команде для достижения коллективных целей | 8,0 | 9,9  (2 место) | 6,0  (5 место) |
| 5 | Научились определять потребности в тех или иных маркетинговых исследованиях | 8,0 | 9,8  (5 место) | 5,3 |
| 6 | Интегрировали знания в области финансов, маркетинга и управления персоналом, о взаимодействии разных отделов компании | 7,9 | 9,1 | 6,8  (3 место) |
| 7 | Появилось понимание механизма рыночной конкуренции | 7,7 | 9,1 | 5,8 |
| 8 | Появилось понимание клиенториентированного подхода в бизнесе | 7,6 | 9,3 | 5,3 |
| 9 | Повысилась мотивация применить полученные знания на практике | 7,5 | 9,3 | 5,8 |
| 10 | Осознали значимость стратегии для повышения акционерной стоимости компании и прибыли | 7,3 | 9,1 | 5,5 |
| 11 | Научились работать с определенными целевыми сегментами | 7,3 | 10,0  (1 место) | 4,0 |
| 12 | Научились сотрудничать с научно-исследовательскими структурами компании в рамках разработки новых товаров | 7,1 | 9,1 | 4,5 |
| 13 | Игра научила управлять компанией | 7,0 | 8,6 | 5,5 |
| 14 | Овладели новыми маркетинговыми инструментами: (вписать какими) | 6,2 | 9,4 | 2,8 |

Главными результатами обучения Markstrat для студентов с аналитическими способностями являются: понимание необходимости ориентироваться на действия конкурентов; осознание приоритета стратегических решений над тактическими; развитие способностей анализировать большие объёмы числовой информации; закрепление таких маркетинговых инструментов как карта восприятия брендов, портфельный анализ, многомерные шкалы; развитие навыков командообразования; интегрирование знаний в области финансов, менеджмента, маркетинга и управления персоналом; понимание зависимости финансовых результатов компании от маркетинговых решений и наращивания рыночной доли.

**Миссия кафедры**

Подготовка к осуществлению профессиональной деятельности бакалавров по профилям «Международный менеджмент», «Маркетинг», «Рекламный менеджмент» и магистров по программе «Маркетинг и брендинг», обладающих надлежащими личностными качествами, сформированными общекультурными и профессиональными компетенциями в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данным направлениям, а также с учетом специфики и состояния рынка труда Уральского региона и требований работодателей к уровню подготовки выпускников.

**В области обучения:** формирование у студентов системы теоретических знаний, общекультурных (универсальных) и профессиональных компетенций в сфере маркетингового управления предприятиями при реализации товарной, сбытовой и ценовой политики, продвижении товаров и услуг, рекламы и связей с общественностью в торговле, проектирования маркетинговых процессов, создание ориентированных на рынок и потребителя бизнес-моделей, обоснования вклада маркетинга в результаты деятельности компании, управление результативностью маркетинговых процессов.

**В области воспитания:** развитие у студентов личностных качеств, способствующих их творческой активности, логическому мышлению, общекультурному росту и социальной мобильности, целеустремленности, мотивированности, организованности, трудолюбию, ответственности, самостоятельности, формированию активной гражданской позиции, толерантности, осознанию социальной значимости своей будущей профессии.

[](http://meu.usue.ru/images/stories/brandcode.jpg)

Зав. кафедрой маркетинга и международного менеджмента Л.М. Капустина

Начальник учебно-методического управления В.П. Меркульев

**Резюме о деятельности кафедры маркетинга и международного менеджмента**

**На кафедре маркетинга и международного менеджмента УрГЭУ работали в 2017 учебном году 28 человек, в т.ч. 13 штатных преподавателей. 82% штатных преподавателей имеют ученую степень доктора или кандидата наук. Научно-исследовательская деятельность характеризуется высокой публикационной активностью преподавателей и студентов кафедры, что позволяет студентам побеждать в конкурсах на стипендию Ученого совета и Губернатора Свердловской области, а академическим группам завоевывать звание «Лучшей группы года по науке». Кафедра готовит профессиональные кадры на всех уровнях высшего образования: бакалавриат, магистратура, аспирантура.**

**Кафедра вносит весомый вклад в такие аккредитационные показатели университета, как средний балл ЕГЭ, число иностранных студентов, финансовая устойчивость, трудоустройство выпускников по специальности, остепененность преподавательского состава, число публикаций в РИНЦ и международных базах цитирования. В 2017 году преподаватели кафедры участвовали в выполнении** трех НИР по заказу УГМК, Ельцин Центра и ООО «Адепласт». Кафедра ведет активную профориентационную работу.

Кафедра маркетинга и международного менеджмента единственная в университете:

- применяет компьютерную бизнес симуляцию Маркстрат в обучении студентов магистратуры маркетингу,

- читает дисциплины на английском языке в бакалаврите и руководит единственной в университете магистерской программой на английском языке,

- обучает маркетинговым исследованиям с использованием программного пакета SPSS,

- реализует совместный с Университетом Тренто международный конкурс «Маркетинговый вызов Тренто», когда интернациональные команды студентов решают реальные бизнес кейсы по заданиям итальянских и испанских компаний.

Успешным авторским проектом кафедры признано ежегодное проведение недели маркетинга и рекламы, которая к настоящему времени приобрела статус региональной и проводится под эгидой АКАР – Ассоциации коммуникационных агентств России, собирает ведущих экспертов в сфере маркетинга и рекламы в Екатеринбурге.

Преподаватели кафедры нередко выступают экспертами в общегородских мероприятиях и проектах, проводят семинары и мастер-классы.

Университет и кафедра маркетинга и международного менеджмента в перспективе:

- усилят взаимодействие с работодателями через организацию стажировок преподавателей на предприятиях Уральского региона, организацию повышения квалификации работников организаций Свердловской области,

- расширят международную деятельность, чтобы обеспечить вхождение УрГЭУ в группу университетов – экспортеров образовательных услуг,

- приложат основные усилия к тому, чтобы сохранить и увеличить прием в магистратуру и аспирантуру,

- организуют внедрение в учебный процесс открытых онлайн курсов Национальной платформы открытого образования.

Получение статуса опорного университета Свердловской области позволит привлечь больше ресурсов, достроить новый учебно-лабораторный корпус, внести еще больший вклад университета и кафедры в подготовку кадров для отраслей экономики Свердловской области.

1. Официальный сайт консультационной компании STRATX [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://web.stratxsimulations.com/simulation/strategic-marketing-simulation/> [↑](#footnote-ref-1)
2. Составлено авторами по результатам анкетного опроса [↑](#footnote-ref-2)