

Институт	Институт экономики и управления
Направление (код, наименование)	38.04.02 Менеджмент
Образовательная программа (Магистерская программа)	38.04.02/33.07 Маркетинг и управление проектом
Описание образовательной программы	<p>Основная профессиональная образовательная программа "38.04.02 - Маркетинг и управление проектом" направлена на подготовку выпускников, деятельность которых может быть связана:</p> <ul style="list-style-type: none"> - с управленческой деятельностью в организациях любой организационно-правовой формы, в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления; - с управленческой деятельностью в органах государственного и муниципального управления; - с предпринимательской и организационной деятельностью в структурах, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело; - с информационно-аналитической деятельностью в научных организациях, связанных с решением управленческих проблем. <p>Области профессиональной деятельности и (или) профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу магистратуры (далее - выпускники), могут осуществлять профессиональную деятельность в компаниях различных отраслей, сфер и форм собственности, в банках и учреждениях, в т.ч. органах муниципальной и государственной власти, в филиалах зарубежных компаний в России.</p> <p>Условиями реализации образовательной программы является использование современных технологий обучения, эффективная организация практической подготовки и научно-исследовательской работы студентов. Реализация данной образовательной программы обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, а также имеющие опыт консалтинговой деятельности и работы в бизнесе.</p> <p>Особенностью программы является изучение специфических возможностей маркетинга в системе управления проектами. В процессе обучения позволяет получить выпускнику комплекс компетенций маркетолога и менеджера проекта, что обеспечивает конкурентное преимущество специалиста на рынке труда. Особое внимание уделяется связям с работодателями в форме проведения ими мастер-классов, тренингов, дней карьеры.</p>

№ пп	Наименования модулей	Аннотации модулей	Траектории
1	Модули		
2	Обязательная часть		
3	Методологические основы менеджмента	<p>Дисциплины модуля Методологические основы менеджмента расширяют кругозор студентов в области методов и технологий исследований в менеджменте и экономических решений агентов рынка на микроуровне и мезоуровне в условиях неопределенности и риска.</p> <p>Целью дисциплины «Методы исследования в менеджменте» является формирование представлений студентов об особенностях организации научно-исследовательской работы в процессе обучения в магистратуре; выработка навыков планирования и организации научных исследований в менеджменте; обучение приемам и способам проведения научно-прикладных исследований и представления их результатов. Дисциплина «Управленческая экономика»</p>	

		знакомит студентов с основными проблемами управления экономикой хозяйственных единиц, возникающими перед ними на микроуровне и ведущими методологическими принципами принятия управленческих решений на базе анализа экономических процессов и показателей работы субъектов хозяйственной деятельности. Основное внимание уделяется изучению методологии принятия эффективных экономических решений в различных конкурентных условиях, определяющих успешное развитие хозяйствующих субъектов в современных условиях.	
4	Социальная бизнес - архитектура	<p>Дисциплины модуля позволяют студентам приобрести комплексное понимание бизнес-процессов при работе на внутреннем рынке и в международной среде.</p> <p>Дисциплина «Современный стратегический анализ» развивает концепцию управления социально-экономическими системами, а также вырабатывают навыки использования практических методов при долгосрочном управлении организациями в условиях высокой динамичности среды. В связи структура курса ориентирована на экономическое содержание и человеческий фактор в управлении. В курсе представлены современные методы управления, инструменты мотивации управления в разных культурах, требования к ответственному ведению бизнеса в разных типах стран при формировании и реализации международных стратегий.</p> <p>Бизнес представлен в дисциплине «Управление устойчивым развитием» как проводник устойчивого развития, сопровождающегося неотложными экологическими и социальными проблемами. Курс позволяет критически оценить потенциал глобализации для обеспечения устойчивого развития; знакомит с методами привлечения заинтересованных сторон и анализа, а также с принципами управления в рамках взаимосвязи устойчивого развития. Курс дает представление о влиянии Целей ООН в области устойчивого развития на текущие и будущие экономические, экологические и социальные тенденции.</p>	
5	Управление групповым взаимодействием	<p>Дисциплины модуля содержат знания об аспектах коммуникаций и организационных связей в команде, уделяя особое внимание индивидуальным показателям личности и поведению сотрудников.</p> <p>Дисциплина «Организационное поведение» вырабатывает у студентов понимание поведения человека в различных социальных группах жизненно важно для менеджеров и позволяет им анализировать поведение человека в организации, помогает им понять проблемы межличностных отношений, динамики малых групп.</p> <p>В рамках дисциплины «Эффективное лидерство» студенты приобретают знания и навыки по основным алгоритмам лидерского поведения во время деловых игр, мозговых штурмов и групповых дискуссий. Задачи, поставленные перед студентами, отражают реальную деловую ситуацию, с которой обычно сталкивается лидер.</p> <p>«Управление переговорами» знакомит студентов с практиками деловых коммуникаций в реальном мире, учит основам хорошего делового письма, включая протоколы для деловых писем, меморандумов, электронной почты, официальных отчетов и предложений, устной презентации, как на индивидуальной, так и на групповой основе.</p> <p>Дисциплина «Управление проектами» интегрирует все описанные навыки в универсальном инструментарии проектного менеджмента, что особенно важно для сетевых и виртуальных организаций, работающих на внутреннем и внешнем рынках.</p>	
6	Формируемая участниками образовательных отношений		
7	Адаптационный модуль для лиц с ограниченными возможностями здоровья	Адаптационный модуль для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья направлен на формирование практических навыков адаптации и социализации: осознанной саморегуляции, самопрезентации, стабилизации самооценки и межличностного взаимодействия	

		<p>Модуль включает в себя две дисциплины: Основы личностного роста и Развитие ресурсов организма</p> <p>Курс «Основы личностного роста (для лиц с ОВЗ)» направлен на формирование гармоничной личности, адаптированной к социальному взаимодействию в высшем учебном заведении. Зрелость и гармоничность личности определяется адекватной реакцией на внешнее воздействие, а также умением эффективно взаимодействовать с окружающими. Для успешного взаимодействия с окружающими людьми, прежде всего, необходимо адекватно оценить собственные преимущества и недостатки.</p> <p>Принимая во внимания, что курс рассчитан на лиц с ограниченными возможностями здоровья, отдельное внимание уделяется психологическим особенностям обучающихся с различными нозологиями. Закономерно, что наличие инвалидности влияет не только на восприятие человека окружающими, но и на его отношение к себе.</p> <p>Курс «Развитие ресурсов организма (для лиц с ОВЗ)» направлен на приобретение навыков мобилизации и оптимизации индивидуальных возможностей обучающегося. Во время взросления человек испытывает максимальное напряжение и стресс, которые могут привести к снижению мотивации, эффективности деятельности и нервному срыву. Процесс адаптации обучающихся является серьезным испытанием для организма.</p>	
8	Актуальные проблемы маркетинговой деятельности	<p>Дисциплины блока формируют систему знаний об основных инструментах маркетинга, особенностях их использования в проектно-ориентированных программах, с целью взаимного усиления инструментов маркетинга отдельного проекта и организации в целом.</p> <p>Стратегический маркетинг (продвинутый уровень). Дисциплина дополняет и конкретизирует маркетинговые и управленческие знания студентов, дает представление о сущности и задачах стратегического маркетинга, его значимости в выработке маркетинговой стратегии компании. Предусмотрена курсовая работа.</p> <p>Сетевизация бизнеса и маркетинг партнерских отношений. Курс акцентирует внимание на сетевых формах организации бизнеса, показывает их преимущества и недостатки по сравнению с традиционными формами. Выпускник учится выстраивать систему взаимоотношений компаний с клиентами и партнерами, основанную на гибком сочетании конкуренции и кооперации.</p> <p>Управление маркетинговой информацией. В дисциплине представлены тенденции развития и состояния практики в области информационных систем и их особенностей в маркетинге. Студент учится формировать маркетинговые базы данных, поддерживать функционирование систем управления маркетингом. Предусмотрена курсовая работа.</p> <p>Управленческие процессы и решения в маркетинге. Цель дисциплины в овладении принципами и методами маркетингового управления предприятием, принятия стратегических, тактических и оперативных решений в условиях функционирования рынка продуктов и услуг.</p> <p>Маркетинг в инновационной сфере. Цель дисциплины – формирование компетенций в процессе приобретения знаний о маркетинге как системе управления в инновационной сфере, умении использования маркетинговых подходов, для активизации инновационной деятельности предприятий.</p> <p>Психология управления. Даются теоретические и практические подходы к пониманию ситуаций, сложившихся в производственных отношениях. Освоение курса предполагает использование IT технологий, методов проблемного обучения, case-study, поисковых методов, изучения опыта предприятий.</p>	

9	Коммуникационное сопровождение проектной деятельности	<p>Дисциплины модуля знакомят студентов с современными теориями и техниками переговорного процесса, способствует овладению навыками ведения переговоров. Знания в области бренд-менеджмента позволяют оптимизировать объем временных, организационных, административных и человеческих ресурсов, необходимых для создания нематериальных активов компании, повышения ее рыночной стоимости.</p> <p>Брендинг и бренд-менеджмент. Курс является авторским, позволяет получить полезные знания в области бренд-технологий. Программа содержит стратегический и операционный блоки, большое количество практической информации, в том числе по информационному и бизнес-пространству города Екатеринбурга.</p> <p>Управление продажами (продвинутый уровень). Цель изучения дисциплины сформировать теоретические знания и получить практические навыки решения задач в области управления продажами современного предприятия. Эффективное управление продажами позволяет сформировать систему сбыта продукции, организовать деятельность отдела продаж, построить работу с клиентами и партнерами, повысить результативность продаж всего отдела и его сотрудников. Выпускники должны владеть современными технологиями эффективной организации управления продажами и каналами распределения при розничной торговле.</p> <p>Интегрированные маркетинговые коммуникации (продвинутый уровень). Целью дисциплины является формирование системных знаний о построении эффективной коммуникационной системы, роли интегрированных маркетинговых коммуникаций в привлечении потребителей и установлении с ними долговременных взаимовыгодных отношений. Дисциплина имеет прикладной характер, особый акцент делается на разборе практических ситуаций, связанных с планированием и проведением комплексных коммуникационных компаний.</p>	
10	Практика написания научной статьи	<p>Изучение данного факультативного модуля позволяет подготовить магистрантов к эффективному взаимодействию с коллегами из бизнес-среды и академического сообщества. Публикация результатов теоретических исследований и опыта их внедрения в организациях является важной составляющей не только приращения научного знания, но и получения обратной связи от коллег.</p> <p>Содержание дисциплины предусматривает знакомство со структурой научной статьи, особенностями современного академического языка, а также общепринятым требованиям к оформлению статьи. Уделено внимание также вопросам публикации научных статей в российских и международных журналах.</p>	
11	Сервисное обеспечение проектной деятельности	<p>Модуль предполагает поэтапное освоение студентами базовых элементов бизнес-статистики, дисциплины модуля нацелены на изучение методик анализа рыночной ситуации, состояния тенденций развития рынков B2B и B2C.</p> <p>Маркетинг делового сервиса. Цель дисциплины – познакомить студентов с основными достижениями теории и практики маркетинга, выявить специфику маркетинга в сфере сервиса, показать необходимость использования технологии маркетинга во всех видах деятельности предприятий сферы услуг, независимо от их отраслевой принадлежности.</p> <p>Пропедевтическая андрагогика. Дисциплина изучает теоретические и практические проблемы образования, обучения и воспитания взрослых, маркетинг образовательных услуг, современные концепции андрагогики. Дисциплина полезна магистранту при подготовке к педагогической деятельности.</p> <p>Статистические методы управления маркетингом. Дисциплина посвящена изучению методов сбора, обработки и интерпретации маркетинговой информации, способствует формированию у магистров профессиональных компетенций по применению статистических методов для управления маркетингом при принятии управленческих решений и выборе альтернатив.</p>	

		<p>Аудит маркетинга. Цель дисциплины – дать будущим специалистам знания теории и практики подготовки и проведения маркетинга на предприятии. Курс характеризуется практической направленностью, нацеленностью на эффективное сочетание понимания комплекса маркетингового анализа и аудита для проверки прошлой и текущей деятельности в сфере маркетинга. Полученные сведения окажут помощь в будущей профессиональной деятельности. Проект по модулю «Сервисное обеспечение проектной деятельности». Проект выполняется на материалах производственных предприятий и включает в себя знания по всем дисциплинам модуля.</p>	
12	Специальные вопросы маркетинга услуг	<p>Модуль состоит из дисциплин, раскрывающих дополнительные знания в области маркетинга услуг на примере маркетинга образовательных услуг и маркетинга медицинских услуг. Дисциплины модуля раскрывают возможности маркетинга в сфере услуг, знакомят с концептуальными основами, основными понятиями, принципами и направлениями маркетинга медицинских и образовательных услуг как теоретического, так и практического характера. Маркетинг образовательных услуг. Дисциплина знакомит с концептуальными основами, основными понятиями, принципами и направлениями развития маркетинга образовательных услуг как теоретического, так и практического характера. При изучении дисциплины необходимо знание отраслей педагогики, теоретических и практических проблем образования, обучения и воспитания взрослых.</p> <p>Маркетинг медицинских услуг. Дисциплина содержит следующие направления: медицинская услуга как объект маркетинга, типизация медицинских услуг, принципы конкуренции в сфере медицины, статистика и динамика рынка медицинского маркетинга. Расширяет представление выпускника о своеобразии маркетинга услуг.</p> <p>Маркетинговый контроль. Дисциплина посвящена специфике маркетингового контроля как систематическом наблюдении за элементами производственно-коммерческой и маркетинговой деятельности фирмы, маркетинговой средой. Контролинг в маркетинге – это комплексная систематическая оценка всех сторон маркетинговой деятельности компании. Знание дисциплины необходимо в профессиональной деятельности маркетолога.</p>	
13	Управление маркетингом в проектной деятельности	<p>Дисциплины модуля направлены на получение знаний в области проблем управления проектами, на изучение тактических способов и маркетинговых средств для активизации процесса поиска клиентов и продвижения продукции.</p> <p>Маркетинг потребительских и производственных товаров. Дисциплина дает знания о различных подходах к маркетинговой деятельности на рынках товаров производственного назначения и потребительских товаров. При изучении дисциплины необходимы знания состояния и тенденций развития рынков В2С и В2В. Полученные знания помогают специалисту сделать выбор в пользу интересующего его рынка.</p> <p>Проектно-сметное дело. Дисциплина дает представление о структуре сметной стоимости и порядке формирования сметной документации, дает знания по ее разработке с использованием различных методов и систем расценок.</p> <p>Стоимостной инжиниринг и оценка эффективности проекта. Дисциплина посвящена изучению методов оценки эффективности проектов в методологии Project Management – управлению стоимостью проекта. Значительное внимание уделяется вопросам оценки видов эффектов проекта для различных групп участников.</p> <p>Цифровые технологии в маркетинге. Дисциплина «диджитал маркетинг» включает в себя маркетинговые инструменты по анализу рынка, продвижению товаров, услуг и брендов и</p>	

		увеличению сбыта с помощью различных методик на всех стадиях взаимодействия с потребителем. Ориентирует на выбор профессии интернет-маркетолога.	
14	Управление проектной деятельностью	<p>Изучение дисциплин модуля предполагает овладение базовыми комплексными представлениями о подходах, процедурах и ключевых инструментах эффективного управления проектами в различных отраслях и сферах деятельности.</p> <p>Информационные технологии в управлении проектом. Дисциплина носит практический характер по знакомству и изучению специализированного программного обеспечения в области управления проектами: Microsoft Office и MS Project.</p> <p>Контрактинг и управление рисками. Дисциплина посвящена более подробному изучению разделов управления проектами. Управление рисками – дисциплина, направленная на уменьшение влияния рисков на цели и конечное состояние проекта. Контрактинг – процесс работы с контрактами, включающий организацию подготовки контракта, анализа представленных предложений и выбора оптимального из них. Рассматриваются вопросы прогнозирования рисков, и планирования мероприятий по их снижению.</p> <p>Лин-технологии. Дисциплина посвящена изучению методов бережливого производства как концепции управления производственным предприятием, основанная на постоянном стремлении к устранению всех видов потерь. Лин направлены на улучшение основных показателей бизнеса по направлениям «Качество», «Культура производства», способствует повышению производительности труда.</p> <p>Управление проектами в отраслях и сферах. Целью дисциплины является освоение студентами базовых комплексных представлений о подходе, процедурах и ключевых инструментах эффективного управления проектами в различных отраслях и сферах бизнеса.</p> <p>Проект по модулю «Управление проектной деятельностью». Проект выполняется на материалах производственных предприятий и включает в себя знания по всем дисциплинам модуля.</p>	
15	Управление репутационным капиталом	<p>Управление репутационным капиталом. Дисциплина учитывает специфику данной магистерской программы, ориентированной на будущую работу выпускников.</p> <p>Модуль состоит из одного курса «Управление репутационным капиталом», который предназначен для формирования менеджерских компетенций в области управления нематериальными активами, комплексное видение ценности управления репутацией фирмы, представление о современных подходах и актуальных методах ее формирования и поддержки.</p>	
16	Практика		
17	Практика	<p>Учебная практика, ознакомительная (получение первичных профессиональных умений и навыков). Практика проходит в УрФУ, студенты овладевают знаниями современных теорий и концепций управления на различных уровнях организации, знаниями технологий разработки проектных решений и профессиональной деятельности организаций, знаниями общих принципов прогнозирования основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона. Практика нацелена на выработку общепрофессиональных и профессиональных компетенций.</p> <p>Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной. Цели практики являются: закрепление знаний, умений и навыков, полученных магистрантами в процессе изучения дисциплин магистерской программы; изучение фундаментальной и периодической литературы, нормативных и методических материалов по вопросам, разрабатываемым студентами в магистерской диссертации; подтверждение актуальности и практической значимости избранной магистрантом темы исследования; сбор, систематизация и обобщение практического материала для использования в магистерской</p>	

		диссертации и подготовка к опубликованию тезисов или статей для выступлений на конференциях, семинарах и иных научных мероприятиях. Студент осваивает в рамках практики общепрофессиональные и профессиональные компетенции, согласованные с работодателями.	
18	Практика	Производственная практика, практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности. Практика предполагает получение общепрофессиональных и профессиональных умений и опыта в профессиональной деятельности. Целями практики являются: углубление и закрепление теоретических знаний и умений, полученных в процессе освоения дисциплин магистерской программы; приобретение магистрантами практических навыков и компетенций в профессиональной деятельности в сфере экономики, менеджмента и маркетинга; самостоятельный анализ существующих форм организации управления, разработка и обоснование предложений по их совершенствованию, и осуществление научных исследований в области маркетинга и управления проектами, сбор и обработка материала для написания разделов магистерской диссертации; приобретение навыков оформления и предоставления результатов научных исследований. Практика формируется участниками образовательных отношений. Научно-исследовательская работа обучающихся является обязательным разделом основной образовательной программы магистратуры и направлена на формирование общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО и ОП университета. В ходе проведения НИР магистранты должны использовать различные методы сбора, регистрации и обобщения информации, в том числе с помощью программы Консультант-плюс, официальных сайтов государственных органов и социальных фондов, активной работе в интернет-среде. Элементами НИР являются участие в конференциях, публикации результатов исследований в сборниках и материалах конференций. Студент в рамках НИР осваивает профессиональные компетенции, согласованные с работодателем и руководителем магистерской программы.	
19	Государственная итоговая аттестация		
20	Государственная итоговая аттестация	Целью государственной итоговой аттестации является установление уровня подготовленности обучающегося, осваивающего образовательную программу магистратуры, к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям образовательного стандарта УрФУ для разработки и реализации программ магистратуры в области образования. Науки об обществе, Профессионального стандарта и Общей характеристикой Образовательной программы высшего образования (далее ОХОП) по направлению подготовки образования, разработанной на основе перечисленных стандартов. Итоговая государственная аттестация включает в себя: Подготовку и защиту выпускной магистерской диссертации. Спецификой магистерских диссертаций по данной программе является необходимость специализации в вопросах Стратегического маркетинга, Управления маркетингом, Управления проектами в отраслях и сферах на развивающихся Российских рынках. Защита диссертации проходит в форме публичной защиты перед комиссией в составе представителей академического и бизнес-сообществ, а также в присутствии всех желающих.	