

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____ 20__ г.

**ПРОГРАММА ИТОГОВОЙ (ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ)
АТТЕСТАЦИИ (ГИА)**

38.04.02/33.07

Екатеринбург

Перечень сведений о программе государственной итоговой аттестации	Учетные данные
Образовательная программа 1. Маркетинг и управление проектом	Код ОП 1. 38.04.02/33.07
Направление подготовки 1. Менеджмент	Код направления и уровня подготовки 1. 38.04.02

Программа государственной итоговой аттестации составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Илышева Марина Анатольевна	кандидат экономических наук, доцент	Доцент	маркетинга
2	Котляревская Ирина Васильевна	доктор экономических наук, профессор	Заведующий кафедрой	маркетинга

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИТОГОВОЙ (ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ) АТТЕСТАЦИИ

1.1. Аннотация итоговой (государственной итоговой) аттестации

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.

1.2. Структура итоговой (государственной итоговой) аттестации:

Таблица 1

№ п/п	Формы итоговых аттестационных испытаний	Объем государственных аттестационных испытаний в зачетных единицах
1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	9
ИТОГО по ГИА:		9

1.3. Перечень компетенций, которые должны быть продемонстрированы обучающимися в рамках государственных аттестационных испытаний

В рамках государственной итоговой аттестации проверяется уровень сформированности компетенций по образовательной программе, заявленных в ОХОП:

Код компетенции	Наименование компетенции
1	2
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий, в том числе в цифровой среде
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
УК-3	Способен организовать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе зна

	иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности, выстраивать траекторию профессионального и личностного развития, в том числе с использованием цифровых средств
УК-7	Способен обрабатывать, анализировать, передавать данные и информацию с использованием цифровых средств для эффективного решения поставленных задач с учетом требований информационной безопасности
ОПК-1	Способен применять фундаментальные знания (на продвинутом уровне) при решении теоретических, практических или исследовательских задач.
ОПК-2	Способен объяснять, прогнозировать явления и процессы, выявлять значимые проблемы и выработать пути их решения на основе анализа и оценки профессиональной информации, научных теорий и концепций.
ОПК-3	Способен планировать и проводить фундаментальные или прикладные исследования, в том числе в междисциплинарных областях, самостоятельно формулировать научные гипотезы, проверять их достоверность и представлять результаты исследований в виде аналитических отчетов, научных статей, докладов и тезисов на конференциях, научных симпозиумах, семинарах, круглых столах.
ОПК-4	Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в профессиональной сфере и смежных областях.
ОПК-5	Способен к разработке, внедрению, контролю, оценке и корректировке методов и приемов осуществления профессиональной деятельности.
ПК-1	Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе, использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении управленческих и исследовательских задач
ПК-2	Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе, кросс-культурной) и динамичной среды
ПК-3	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков
ПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности разрабатывать

	стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и. соответствующие им, бизнес-модели организаций
ПК-5	Способен решать профессиональные задачи при принятии маркетинговых проектных решений по управлению потребительской лояльностью и конкурентоспособностью товаров и услуг организации
ПК-6	Способен разрабатывать конкурентные ценовые стратегии в рамках стандартов и этических принципов с целью построения системы распределения товаров и услуг организации
ПК-7	Способен применять инструментарий маркетинговых коммуникаций и проектного управления для формирования фирменного стиля, деловой репутации, улучшения бизнес-процессов при выработке эффективной коммуникационной политики
ПК-8	Способен организовывать последовательное выполнение всех операций инвестиционного проекта с обеспечением качества выполнения и управления рисками на всех его этапах
ПК-9	Способен использовать маркетинговые технологии в цифровой экономике

1.4. Формы проведения государственного экзамена

– не предусмотрено

1.5. Требования к процедуре итоговой (государственной итоговой) аттестации.

Требования к порядку планирования, организации и проведения ГИА, к структуре и форме документов по организации ГИА регулируются отдельным положением.

1.6. Требования к оцениванию результатов освоения ОП итоговой (государственной итоговой) аттестации

Объективная оценка уровня соответствия результатов обучения требованиям к освоению ОП обеспечивается системой разработанных критериев (показателей) оценки освоения знаний, сформированности умений и опыта выполнения профессиональных задач определенного типа.

Критерии оценки утверждены на заседании учебно-методического совета института, реализующего ОП (протокол № 13 от 11.06.2021 г.).

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИТОГОВОЙ (ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ) АТТЕСТАЦИИ

38.04.02/33.07 Маркетинг и управление проектом

Электронные ресурсы (издания)

1. ; Управление проектами с использованием Microsoft Project: курс : учебное пособие.; Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Москва; 2009; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234889> (Электронное издание)

2. Мазилкина, Е. И.; Маркетинговые коммуникации : учебное пособие.; Эксмо, Москва; 2010; <http://www.iprbookshop.ru/907.html> (Электронное издание)
3. Ньютон, Р., Р., Савина, М.; Управление проектами от А до Я : практическое пособие.; Альпина Паблишер, Москва; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=81655> (Электронное издание)
4. Захарова, И. В.; Маркетинг: учебно-практическое пособие : учебное пособие.; Ульяновский государственный технический университет (УлГТУ), Ульяновск; 2011; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363097> (Электронное издание)
5. Минько, Э. В.; Маркетинг : учебное пособие.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714> (Электронное издание)
6. Красина, Ф. А.; Маркетинговые исследования : учебное пособие.; Эль Контент, Томск; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480760> (Электронное издание)
7. Васильев, Г. А.; Основы рекламы : учебное пособие.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Ильшева, М. А., Котляревская, И. В.; Управление проектами : учеб. пособие.; УГТУ-УПИ, Екатеринбург; 2009 (1 экз.)
2. Котляревская, И. В., Головина, А. Н.; Стратегический маркетинг : учебное пособие.; УГТУ-УПИ, Екатеринбург; 2007 (1 экз.)
3. Костылева, Н. В., Котляревская, И. В.; Управление коммуникациями в менеджменте : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки 38.03.02, 38.04.02 "Менеджмент".; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2017 (5 экз.)
4. Мазур, И. И., Ольдерогге, Н. Г., Шапиро, В. Д.; Управление проектами : учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности 061100 "Менеджмент организации".; ОМЕГА-Л, Москва; 2004 (1 экз.)
5. Котлер, Ф.; Основы маркетинга. Краткий курс : [пер. с англ.]; Вильямс, Москва ; Санкт-Петербург ; Киев; 2012 (5 экз.)
6. Синяева, И. М.; Маркетинг : учебное пособие для магистров, аспирантов и специалистов, осуществляющих маркетинговую деятельность.; Вузовский учебник, Москва; 2013 (1 экз.)
7. Мескон, М. Х., Майкл Х., Медведь, О. И.; Основы менеджмента; Вильямс, Москва [и др.]; 2009 (10 экз.)
8. Ойнер, О. К.; Управление результативностью маркетинга : учебник для магистров экон. направлений и специальностей .; Юрайт, Москва; 2012 (2 экз.)
9. Капон, Капон Н., Колчанов, Владимир Б., В. Б., Макхалберт, Макхалберт Д., Кузин, В.; Управление маркетингом : [учеб. для вузов].; Питер, Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород [и др.]; 2010 (2 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. <http://www.koob.ru/> - Электронная библиотека
2. <http://www.muuh.ru> – Современная гуманитарная академия
3. <http://www.marketing.spb.ru> – Энциклопедия маркетинга

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. <http://www.marketing.spb.ru/read/m17/index.htm> - Маркетинговые исследования рынка услуг
2. www.mu.ru/about.htm - Европейская система перевода кредитов
3. <http://www.marketing.spb.ru/mass/pri/2003/17.htm> - Эффективность рекламы

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИТОГОВОЙ (ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ) АТТЕСТАЦИИ

Сведения об оснащённости государственных аттестационных испытаний специализированным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

38.04.02/33.07 Маркетинг и управление проектом

№ п/п	Формы государственных аттестационных испытаний	Оснащённость специальных помещений и помещений для проведения ГИА	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES