

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**

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

Программа государственной итоговой аттестации составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
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, выработывая 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](http://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