

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Утверждаю:

Ректор _____ А.Д. Гуляков

« 30 » _____ 2016 г.

Номер внутривузовской регистрации

291 217



**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки

38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Магистерская программа

МАРКЕТИНГ

Квалификация (степень)

МАГИСТР

Форма обучения

ОЧНАЯ, ЗАОЧНАЯ

Пенза, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 1.1 Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (ОПОП ВО) магистратуры, реализуемая вузом по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Маркетинг»
- 1.2 Нормативные документы для разработки магистерской программы
- 1.3 Общая характеристика магистерской программы
- 1.4 Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения магистерской программы «Маркетинг»

2 ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ «Маркетинг» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 «Менеджмент»

- 2.1 Область профессиональной деятельности выпускника
- 2.2 Объекты профессиональной деятельности выпускника
- 2.3 Виды профессиональной деятельности выпускника
- 2.4 Задачи профессиональной деятельности выпускника

3 КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА ОПОП ВО, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДАННОЙ МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ

4 ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ «Маркетинг» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 «Менеджмент»

- 4.1 Календарный учебный график
- 4.2 Учебный план подготовки магистра
- 4.3 Рабочие программы учебных дисциплин
- 4.4 Программы практик

5 ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ

- 5.1. Кадровое обеспечение реализации магистерской программы
- 5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса при реализации магистерской программы
- 5.3. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса в вузе при реализации ОПОП магистратуры

6 ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ВУЗА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ

7 НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ДАННОЙ ОПОП ВО МАГИСТРАТУРЫ

- 7.1 Матрица соответствия требуемых компетенций, формирующих их составных частей ОПОП и оценочных средств
- 7.2. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
- 7.3. Государственная итоговая аттестация выпускников ОПОП магистратуры

8 ДРУГИЕ НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ И МАТЕРИАЛЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

9 РЕГЛАМЕНТ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ ОПОП ВО В ЦЕЛОМ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЕЕ ДОКУМЕНТОВ

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Календарный график учебного процесса.

Приложение 2. Учебный план

Приложение 3. Рабочие программы учебных дисциплин

Приложение 4. Рабочие программы практик

Приложение 5. Матрица соответствия требуемых компетенций, формирующих их составных частей ОПОП ВО и оценочных средств

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (ОПОП ВО) магистратуры, реализуемая вузом по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Маркетинг»

ОПОП ВО представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную высшим учебным заведением с учетом требований регионального рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ФГОС ВО) по соответствующему направлению подготовки, с учетом рекомендаций примерной основной образовательной программы.

ОПОП ВО регламентирует комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий и технологий реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки (специальности) и включает в себя: учебный план, календарный учебный график, рабочие программы учебных предметов, дисциплин (модулей), программы учебной и производственной практики и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также оценочные и методические материалы.

1.2. Нормативные документы для разработки магистерской программы

Нормативно-правовую базу разработки ОПОП ВО магистратуры составляют:

- Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС) по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30 марта 2015 г. № 322;
- Приказ Министерства образования и науки РФ от 20 апреля 2016 г. №444 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования»;
- Приказ Министерства образования и науки РФ от 13 июля 2017 г. №653 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования»;
- Нормативно-методические документы Минобрнауки России;
- Устав Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Пензенский государственный университет».

1.3. Общая характеристика магистерской программы

1.3.1. *Цель (миссия) магистерской программы «Маркетинг» по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»*

Развитие ООП магистратуры по направлению подготовки «Менеджмент», магистерская программа «Маркетинг» имеет своей целью обеспечение комплексной и качественной подготовки квалифицированных, конкурентоспособных специалистов в области аналитического обеспечения управленческих решений в различных сферах национальной экономики, на основе сочетания современных образовательных технологий и воспитательных методик для формирования личностных и профессиональных качеств и развития творческого потенциала обучающихся. Комплекс полученных знаний и компетенций должен обеспечить способности и умения анализировать тенденции варьирования рыночных характеристик (соотношение спроса и предложения, конъюнктуры

рынка, конкуренции и т.д.), своевременно адаптируя к ним стратегию инновационного развития компаний; принимать решения, связанные с разработкой мероприятий стратегического и оперативно-тактического планирования, оптимизацией выбора товарного ассортимента, установлением приоритетов ценовой и коммуникационной политики, формированием сбыто-распределительной инфраструктуры, а также индикацией экономической эффективности предпринимаемых маркетинговых акций.

В области воспитания целью ООП магистратуры по направлению подготовки «Менеджмент», магистерская программа профилю «Маркетинг» является: развитие у обучающихся личностных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, самостоятельности, гражданственности, приверженности этическим ценностям, толерантности, настойчивости в достижении цели.

Основными задачами подготовки по программе является:

- формирование общекультурных компетенций выпускников (компетенций социального взаимодействия, самоорганизации и самоуправления, системно-деятельностного характера), реализация компетентностного подхода при формировании общекультурных компетенций выпускников обеспечивается сочетанием учебной и внеучебной работы; социокультурной среды, необходимой для всестороннего развития личности;
- формирование общепрофессиональных, профессиональных и специальных компетенций выпускников.

В университете действует соответствующая научная школа.

В области обучения целью основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки «Менеджмент» (квалификация (степень) «магистр»), магистерская программа «Маркетинг» является подготовка магистров в области социальных и экономических наук, а так же получение высшего профессионального профилированного образования, позволяющего выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности, обладать углубленными предметно-специализированными компетенциями и навыками научного исследования, способствующими его социальной мобильности и устойчивости на рынке труда. Обучение по данной ООП ориентировано на удовлетворение потребностей в высококвалифицированных кадрах рынка труда Пензы, Пензенской области и Российской Федерации в целом.

1.3.2. Срок получения образования по программе магистратуры

В очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий составляет 2 года.

В заочной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий составляет 2 года 6 месяцев.

При обучении по индивидуальному учебному плану, вне зависимости от формы обучения, составляет не более срока получения образования, установленного для соответствующей формы обучения, а при обучении по индивидуальному плану лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть увеличен по их желанию не более чем на полгода по сравнению со сроком получения образования для соответствующей формы обучения.

1.3.3. Объем программы магистратуры

Объем программы магистратуры составляет 120 зачетных единиц вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации образовательной программы с использованием сетевой формы, реализации образовательной программы по индивидуальному

учебному плану, в том числе ускоренному обучению.

Объем программы магистратуры в очной форме обучения, реализуемый за один учебный год, составляет 60 зачетных единиц.

Объем программы магистратуры за один учебный год при обучении по индивидуальному учебному плану вне зависимости от формы обучения не может составлять более 75 з.е.

1.4. Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения магистерской программы «Маркетинг»

Абитуриент должен иметь высшее образование любого уровня, подтвержденное соответствующим дипломом о высшем образовании. В соответствии с Правилами приема, ежегодно утверждаемыми Ученым советом университета, лица, имеющие диплом бакалавра (специалиста, магистра) и желающие освоить данную магистерскую программу, зачисляются в университет по результатам конкурсного отбора по итогам вступительных испытаний, программы которых разрабатываются вузом с целью установления у поступающих наличия следующих компетенций:

- способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
- владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;
- способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений;
- способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;
- способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации;
- владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде;
- владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;
- владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ;
- владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений;
- способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать

рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;

- владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно- управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления;

- владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов;

- умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);

- умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций;

- умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании;

- способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;

- владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов);

- владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками;

- владение навыками организации и проведения качественных и количественных маркетинговых исследований, подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамики развития отраслевых рынков;

- владение навыками технологий сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний с оценкой конкурентоспособности/бенчмаркингом продуктов и конкурентов в маркетинговом планировании;

- способность определения приоритетов марочной стратегии компании и использования технологий бренд-менеджмента в управлении марочными продуктами;

- способность применения в практической деятельности информации, полученной в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в маркетинге;

- владение навыками оценки затрат на реализацию маркетинговых решений и их эффективности;

- способность участвовать в разработке, позиционировании и запуске новых продуктов на рынок на основе технологий маркетинга инноваций;

- владение навыками расчета и прогнозирования цен, скидок, надбавок и обоснования ценовых стратегий компании, организацией системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж;

- владение навыками организации, планирования и оценки результатов рекламы, PR, стимулирования продаж, прямого маркетинга, персональных продаж, интегрирования средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций компании;

- владение методами поиска новых привлекательных рынков и продуктов и умеет их использовать в формировании маркетинговых стратегий развития организации, реализации маркетинговых проектов;

- владение прикладными маркетинговыми технологиями в процессе реализации маркетинговых проектов;

- способность использовать инструменты интернет-маркетинга, digital маркетинга.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ «Маркетинг» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 «МЕНЕДЖМЕНТ»

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника.

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, включает:

- управленческую деятельность в организациях любой организационно-правовой формы, в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления;
- управленческую деятельность в органах государственного и муниципального управления;
- предпринимательскую и организационную деятельность в структурах, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело;
- научно-исследовательскую деятельность в научных организациях, связанных с решением управленческих проблем;
- научно-исследовательскую и преподавательскую деятельность в образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования.

Магистр менеджмента может работать в организации любой организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие, государственные, муниципальные), в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления; органы государственного и муниципального управления; структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело; научно-исследовательские организации, связанные с решением управленческих проблем; учреждения системы высшего и дополнительного профессионального образования.

Выпускники по данной специальности могут выполнять различные функции при осуществлении управленческой, предпринимательской, коммерческой и научно-исследовательской деятельности хозяйствующих субъектов. При реализации производственно-сбытовой и научно-технической деятельности магистры изучают маркетинговые возможности и внешнюю среду хозяйствующих субъектов, проводят маркетинговые исследования, отбирают целевые сегменты рынка, прогнозируют спрос потребителей и позиционируют товары для выбранного сегмента, разрабатывают политику в области управления товаром, ценой, сбытом и коммуникациями, направленную на удовлетворение потребностей покупателей и получение компаниями прибыли, разрабатывают стратегические и текущие планы маркетинга и контролируют их выполнение.

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника

Объектами профессиональной деятельности магистров являются:

- процессы управления организациями различных организационно-правовых форм;
- процессы государственного и муниципального управления;
- научно-исследовательские процессы.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника

Магистр по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

- организационно-управленческая;
- аналитическая;
- научно-исследовательская;
- педагогическая.

Образовательная программа ориентируется на научно-исследовательский и педагогический виды профессиональной деятельности как основные и является программой академической магистратуры.

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

Магистр по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Маркетинг» должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

- *организационно-управленческая деятельность*: формирование системы маркетинга на предприятии; мониторинг и оценка маркетинговой деятельности предприятий на разных уровнях (федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне); разработка стратегий маркетинговой деятельности организации, планирование и осуществление мероприятий, направленных на ее реализацию; руководство отделом маркетинга предприятий и организаций разных форм собственности; организация творческих коллективов для решения организационно-управленческих задач и руководство ими; оценка экономической эффективности мероприятий маркетинга, постановки системы маркетинга в организации;

- *аналитическая деятельность*: поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений в области маркетинга организации; анализ эффективности существующей системы маркетинга, разработка и обоснование предложений по ее совершенствованию; анализ и моделирование процессов планирования маркетинга; проведение оценки эффективности маркетинговых проектов с учетом фактора неопределенности; использование в практической деятельности организаций информации, полученной по итогам анализа маркетинговой информации, общедоступных критериев оценки рисков компании; проведение аудита системы маркетинга в организации;

- *научно-исследовательская деятельность*: проведение комплексных маркетинговых исследований на различных рынках; системный анализ рынка и прогнозирование его развития с целью эффективного функционирования и обеспечения запросов потребителей; разработка и внедрение инновационных технологий в процессы предоставления услуг потребителю и научное сопровождение маркетинговой деятельности; оценка эффективности инноваций в маркетинговой деятельности; разработка методов и инструментов проведения маркетинговых исследований и анализ результатов; поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по темам проводимых исследований; подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций по актуальным проблемам маркетинга;

- *педагогическая деятельность*: разработка учебно-методических материалов для обеспечения обучения персонала отделов маркетинга компании в соответствии со стратегией развития; разработка и использование современных образовательных технологий в процессе обучения специалистов в области маркетинга; организация и участие в образовательном процессе высшего профессионального образования и дополнительного профессионального образования, формирующем профессиональные компетенции специалистов по маркетингу; организация и контроль результатов деятельности; педагогическая деятельность в учебных заведениях.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА ОПОП ВО, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДАННОЙ МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ

Результаты освоения ОПОП ВО магистратуры определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате освоения ОПОП ВО магистерской программы «Маркетинг» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» выпускник должен обладать следующими компетенциями:

а) общекультурными (ОК):

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3).

б) общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);
- готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);
- способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3).

в) профессиональными, в том числе (ПК):

организационно-управленческая деятельность:

- способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1);
- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2);
- способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-3);

аналитическая деятельность:

- способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4);
- владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5);

научно-исследовательская деятельность:

- способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК-6);
- способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (ПК-7);
- способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования (ПК-8);
- способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-9);

педагогическая деятельность:

- способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания (ПК-10).

з) профильно-специализированными (СК):

- способностью осуществлять подготовку и планирование маркетинговой деятельности (СК-1);
- способностью применять современные подходы и методы маркетинга в условиях изменяющейся внешней среды в соответствии с внутренними ресурсами и целями компании (СК-2);
- способностью анализировать текущую маркетинговую стратегию и тактику с учетом специфических особенностей среды, целей и ресурсов компании (СК-3);
- владением актуальными методами исследования рынка; установка цели, планирование, организация, проведение маркетинговых исследований (СК-4);
- владением методами работы с большими массивами информации, моделирования и прогнозирования (СК-5);
- пониманием возможностей электронной среды бизнеса, включая социальные сети, инструменты мобильного и Интернет маркетинга, знание методов Интернет маркетинга (СК-6);
- владением знаниями и практическими навыками в области использования профессиональных программных продуктов (SPSS, Statistika, CRM-системы); способностью применять профессиональные программные продукты маркетолога (SPSS, CRM) (СК-7).

4. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОПОП МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ «Маркетинг» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.02 «Менеджмент»

В соответствии со Статьей 2 Федерального закона Российской Федерации от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» и ФГОС ВО по данному направлению подготовки содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ОПОП ВО регламентируется учебным планом, календарным учебным графиком, рабочими программами учебных дисциплин (модулей), программами учебных и производственных практик, другими материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся, а также оценочными и методическими материалами.

4.1. Календарный учебный график

Последовательность реализации основной образовательной программы высшего образования магистерской программы «Маркетинг» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» по годам (календарный график учебного процесса), включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, каникулы приводится в Приложении 1.

4.2. Учебный план подготовки магистра

Учебный план, составленный с учетом общих требований к структуре ОПОП магистратуры и условиям реализации основной образовательной программы, сформулированных в ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент», и отображающий логическую последовательность освоения блоков и разделов ОПОП ВО, представлен в Приложении 2.

В учебном плане приведена логическая последовательность освоения блоков дисциплин, практик, государственной аттестации, обеспечивающих формирование компетенций, указана их общая трудоемкость в зачетных единицах и в часах. Дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы магистратуры, являются обязательными для освоения обучающимся вне зависимости от направленности (профиля) программы, которую он осваивает. Дисциплины, относящиеся к вариативной части программы магистратуры, практики (в том числе НИР) определяют направленность (профиль) программы.

Перечень и последовательность дисциплин в вариативной части блока учебных дисциплин сформированы разработчиками ОПОП ВО магистратуры по направлению подготовки «Менеджмент», магистерская программа «Маркетинг» с учетом мнения кафедральных коллективов, участвующих в реализации ОПОП, рекомендаций ведущих специалистов в предметных областях изучаемых дисциплин, мнений и пожеланий работодателей.

Для каждой дисциплины и практики указаны формы промежуточной аттестации. Учебные планы по очной и заочной формам обучения представлены в Приложении 2.

4.3. Рабочие программы учебных дисциплин

В рабочих программах учебных дисциплин сформулированы конечные результаты обучения в органичной увязке с осваиваемыми знаниями, умениями и приобретаемыми компетенциями в целом по ОПОП ВО магистерской программы «Маркетинг» по направлению 38.04.02 «Менеджмент».

Программы учебных дисциплин представлены в Приложении 3.

4.4. Программы практик.

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» блок основной образовательной программы магистратуры «Практики, в том числе научно-исследовательская работа» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических дисциплин, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных и профессиональных компетенций обучающихся. Научно-исследовательская работа формирует навыки и компетенции магистра в части подготовки и осуществления исследовательской деятельности.

При реализации данной ОПОП ВО предусматриваются следующие виды практик:

а) Учебная (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков) практика 2 семестр, 3 зачетные единицы.

б) Производственная практика 39 зачетных единиц и включает:

1. производственную (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (технологическую)) практику 2 семестр, 3 зачетные единицы;
2. производственную (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическую)) практику 4 семестр, 3 зачетные единицы; (практика реализуется на кафедре «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания» ПГУ)
3. научно-исследовательскую работу 1 – 4 семестр, 30 зачетных единиц;
4. преддипломную практику 4 семестр, 3 зачетные единицы.

4.4.1. Учебная практика.

Учебная практика является составной частью программ подготовки магистрантов. Практика – это вид учебной работы, основным содержанием которой является выполнение практических учебных, учебно-исследовательских, научно-исследовательских, творческих заданий, соответствующих характеру будущей профессиональной деятельности обучающихся.

Практика направлена на приобретение студентами умений и навыков по направлению «Менеджмент». Данная практика реализуется на кафедре «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания» ПГУ в рамках реализации направлений научных исследований кафедры или магистрантов.

Практика завершается подготовкой и защитой отчета по практике.

4.4.2 Производственная (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (технологическая)) практика.

Программа производственной практики содержит формулировки целей и задач практики, вытекающих из целей ОПОП ВО по направлению подготовки «Менеджмент» магистерская программа «Маркетинг», направленных на закрепление и углубление теоретической подготовки студентов, приобретение ими практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной организационно-управленческой и аналитической деятельности.

Важное значение отводится месту прохождения студентами практики. В программе определено, что базами практики могут являться организации, независимо от их организационно-правовой формы и формы собственности, имеющие в своем составе службы по информационному управлению.

Практика завершается подготовкой и защитой отчета по практике. Практики проводятся:

1. ОАО Сбербанк РФ,
2. АО «Радиозавод»,
3. АО «Научно-исследовательский институт физических измерений»,
4. ОАО «Электромеханика»,
5. ООО «Единая информационная система»,
6. ОАО «Фирма «Экспресс»»,
7. ООО КДЦ «Медиклиник»

4.4.3 Производственная (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (педагогическая)) практика.

Целью педагогической практики является закрепление и углубление теоретической подготовки магистранта и приобретение им практических навыков и компетенций в сфере педагогической деятельности, в частности применения современных методов и методик преподавания управленческих дисциплин, разработки рабочих программ и методического обеспечения для преподавания экономических и управленческих дисциплин.

Программа педагогической практики предусматривает изучение магистрантами основ педагогической, учебно-методической и воспитательной работы в высших учебных заведениях, овладение навыками проведения отдельных видов учебных занятий по дисциплинам кафедр соответствующего профиля, приобретение опыта педагогической работы в условиях высшего учебного заведения.

Задачами педагогической практики являются:

- закрепление знаний, умений и навыков, полученных магистрантами в процессе изучения дисциплин магистерской программы, привитие навыков самообразования и самосовершенствования;
- активизация участия магистрантов в разработке образовательных программ и учебно-методических материалов, программ учебных дисциплин и курсов на основе изучения научной, технической и научно-методической литературы, а также собственных результатов исследований;
- обеспечение магистрантам условий для постановки и модернизации отдельных практикумов по дисциплинам профилей направления, проведения отдельных видов аудиторных учебных занятий, включая практические и семинарские занятия, а также научно-исследовательской работы со студентами;
- развитие у магистрантов навыков применения инновационных образовательных технологий, включая системы компьютерного и дистанционного обучения, а также анализа/самоанализа учебных занятий;
- развитие личностных качеств магистрантов, определяемых общими целями обучения и воспитания, изложенными в ООП.

Педагогическая практика проводится на базе выпускающей кафедры «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания», а также в ГАПОУ ПО «Пензенский социально-педагогический колледж».

4.4.4 Научно-исследовательская работа (НИР).

При реализации данной ОПОП ВО предусматривается научно-исследовательская работа магистра (НИР) в 1, 2, 3 и 4 семестрах, общим объемом 30 зачетных единиц.

НИР предполагает исследовательскую работу, направленную на развитие у магистрантов способности к самостоятельным теоретическим и практическим суждениям и выводам, умений объективной оценки научной информации, свободы научного поиска и стремления к применению научных знаний в образовательной деятельности.

Научно-исследовательская работа в семестре выполняется студентом-магистрантом под руководством научного руководителя. Направление научно исследовательских работ магистранта определяется в соответствии с магистерской программой и темой магистерской диссертации.

Задачами НИР является:

- обеспечение становления профессионального научно-исследовательского мышления магистрантов, формирование у них четкого представления об основных профессиональных задачах, способах их решения;
- формирование умений использовать современные технологии сбора информации, обработки и интерпретации полученных экспериментальных и эмпирических данных, владение современными методами исследований;
- формирование готовности проектировать и реализовывать в образовательной практике новое содержание учебных программ, осуществлять инновационные образовательные технологии;
- обеспечение готовности к профессиональному самосовершенствованию, развитию инновационного мышления и творческого потенциала, профессионального мастерства;
- самостоятельное формулирование и решение задач, возникающих в ходе научно-исследовательской и педагогической деятельности и требующих углубленных профессиональных знаний;
- проведение библиографической работы с привлечением современных информационных технологий.

Содержание НИР определяется кафедрой «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания», осуществляющей магистерскую подготовку. НИР в семестре может осуществляться в следующих формах:

- осуществление научно-исследовательских работ в рамках госбюджетной научно-исследовательской работы кафедры (сбор, анализ научно-теоретического материала, сбор эмпирических данных, интерпретация экспериментальных и эмпирических данных);
- выполнение научно-исследовательских видов деятельности в рамках грантов, осуществляемых на кафедре;
- участие в решении научно-исследовательских работ, выполняемых кафедрой в рамках договоров с образовательными учреждениями, исследовательскими коллективами;
- участие в организации и проведении научных, научно-практических конференций, круглых столах, дискуссиях, диспутах, организуемых кафедрой «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания», факультетом экономики и управления, университетом;
- самостоятельное проведение семинаров, мастер-классов, круглых столов по актуальной проблематике;
- участие в конкурсах научно-исследовательских работ;
- осуществление самостоятельного исследования по актуальной проблеме в рамках магистерской диссертации;
- ведение библиографической работы с привлечением современных информационных и

коммуникационных технологий;

- рецензирование научных статей;
- разработка и апробация диагностирующих материалов;
- разработка страниц сайтов факультета экономики и управления, кафедр факультета;
- представление итогов проделанной работы в виде отчетов, рефератов, статей, оформленных в соответствии с имеющимися требованиями, с привлечением современных средств редактирования и печати.

НИР магистрантов проводится на выпускающей кафедре «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания», а также на базе научно-исследовательских и образовательных учреждений, научно-исследовательских лабораторий и центров, кафедр университета.

Содержание и план научно-исследовательской работы студента-магистранта в каждом семестре разрабатывается научным руководителем магистранта, утверждается на заседании кафедры и фиксируется по каждому семестру в отчете по научно-исследовательской работе.

4.4.5 Преддипломная практика.

В соответствии с ФГОС ВО целями прохождения практики магистрами являются ознакомление учащихся с опытом функционирования организаций, углубление и закрепление полученных теоретических знаний в области управления хозяйствующими субъектами различных форм собственности; сбор, анализ и обобщение научного материала, разработка оригинальных научных предложений для подготовки магистерской диссертации, получения навыков самостоятельной научно-исследовательской работы; подготовка к самостоятельной управленческой, аналитической и исследовательской деятельности.

Основной задачей практики является приобретение опыта практической деятельности и формирование профессиональных научно-исследовательских компетенций, а также подбор необходимых материалов для выполнения магистерской диссертации.

Частными задачами преддипломной практики являются:

- 1) изучение специальной отечественной и зарубежной литературы, законодательных и нормативных материалов, статистики, периодических и других изданий по теме магистерской диссертации;
- 2) изучение сложившейся практики в области маркетинга;
- 3) использование возможностей практики для самостоятельного сбора и обработки необходимого для написания диссертации материала, выполнения собственных исследований и расчетов, обоснования выводов и рекомендаций;
- 4) подготовка первоначального варианта магистерской диссертации или ее основных разделов;
- 5) корректировка (или уточнение) при необходимости ранее выбранной темы диссертации;
- 6) формирование компетенций, необходимых для дальнейшей работы по выбранной специальности.

Преддипломная практика проходит в самостоятельно выбранной магистром организации, либо организации, предоставляемой магистру от университета, по его собственному желанию, оформленному в виде заявления, из имеющейся базы практики.

Практика может также проводиться в структурных подразделениях Университета. Практики проводятся:

1. ОАО Сбербанк РФ,
2. АО «Радиозавод»,
3. АО «Научно-исследовательский институт физических измерений»,
4. ОАО «Электромеханика»,
5. ООО «Единая информационная система»,

6. ОАО «Фирма «Экспресс»»,
7. ООО КДЦ «Медиклиник»

Руководителями преддипломной практики от Университета назначаются преподаватели выпускающей кафедры. Руководство преддипломной практикой студентов на всех ее этапах осуществляется преподавателями Университета совместно с руководителями организаций различных форм собственности.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

Программы практик приведены в Приложении 4.

5. ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ

Фактическое ресурсное обеспечение данной ОПОП ВО формируется на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ магистратуры, определяемых ФГОС ВО по направлению подготовки «Менеджмент».

5.1. Кадровое обеспечение реализации ОПОП ВО

Реализация программы магистратуры обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками университета, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на условиях гражданско-правового договора в количестве 15 человек, из них доля штатных научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) составляет 93 %.

Квалификация руководящих и научно-педагогических работников соответствует квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, утвержденном приказом Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 11.01.2011 № 1н и профессиональным стандартам.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень и/или ученое звание, в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу магистратуры, составляет 100%, из них докторов наук, профессоров 41%.

97 % научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), участвующих в реализации данной ОПОП, имеют образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

В соответствии с профилем данной основной профессиональной образовательной программы выпускающей кафедрой является «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания».

К реализации данной образовательной программы также привлекается 28% работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа действующих руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой ОПОП ВО (*Сбербанк РФ, Ростелеком, ООО Караван, ООО Медиклиник, ОАО Электромеханика, ОАО Парафарм и др.*)

Общее руководство научным содержанием программы магистратуры реализуется штатным научно-педагогическим работником, доктором экономических наук, профессором **Семерковой Любовью Николаевной**, осуществляющей самостоятельные научно-исследовательские проекты в области маркетинга, имеющей ежегодные публикации по результатам указанной научно-исследовательской деятельности в ведущих отечественных рецензируемых научных журналах и изданиях, а также осуществляющей ежегодную апробацию результатов указанной научно-исследовательской деятельности на национальных и международных конференциях.

5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса при реализации ОПОП ВО

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечной системе и к электронной информационно-образовательной среде университета. Электронно-библиотечная система и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

Электронно-библиотечная система содержит издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателем учебной и учебно-методической литературы. Обучающимся обеспечен доступ к профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам, указанным в таблице 1.

Таблица 1 – Электронно-библиотечные системы

№	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	http://window.edu.ru	Федеральная ЭБС «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»	Свободный доступ
2.	http://school-collection.edu.ru/	Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов»	Свободный доступ
3.	http://www.informika.ru/projects/infotech	ЭБС «Информационные технологии» ГНИИ ИТТ «Информика»	Свободный доступ
4.	http://ecsocman.hse.ru	ЭБС «Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»	Свободный доступ
5.	http://www.iqlib.ru	ЭБС «Электронная библиотека образовательных и просветительных изданий IQlib»	Свободный доступ
6.	https://library.pnzgu.ru/	ЭБС «Электронная библиотека учреждений профессионального образования Пензенской области»	Свободный доступ
7.	http://www.gks.ru	Российская информационная система Росстата	Свободный доступ
8.	http://www.garant.ru/	Информационно-правовой портал «Гарант» (базы данных, информационно-справочные и поисковые системы, правовые нормы финансового законодательства)	Свободный доступ
9.	http://www.consultant.ru/	Официальный сайт компании «Консультант плюс» (базы данных, информационно-справочные и поисковые системы)	Свободный доступ
10.	http://biblioclub.ru	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (база данных электронных книг по образованию)	Доступ осуществляется после регистрации на сайте
11.	http://www.ndce.edu.ru/	Электронный каталог учебников, оборудования, электронных ресурсов для общего образования	Свободный доступ
12.	http://do.pnzgu.ru/	Депозитарий пензенского регионального центра дистанционного образования ПГУ	В зависимости от материалов: свободный/ограниченный
13.	http://fcior.edu.ru/	Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (ФЦИОР)	В зависимости от материалов: свободный/ограниченный
14.	http://www.book.ru	ЭБС «BOOK.ru»	Доступ осуществляется после регистрации на сайте
15.	http://elibrary.ru/	ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU»	Доступ осуществляется после регистрации на сайте
16.	http://rsl.ru http://diss.rsl.ru	ЭБС «Российская государственная библиотека (РГБ)»	Доступ предоставляется после регистрации в Виртуальном читальном зале библиотеки университета (договор №095/04/0213 от 27.02.2012)

№	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
17.	http://www.bibliocompl es-tator.ru	Библиокомплектатор	Доступ к коллекциям: издательская кол-лекция «Аспект Пресс», тематическая коллекция «Гуманитарные науки» (договор №1865/16 от 01.04.2016)
18.	http://e.lanbook.com/	ЭБС издательства «Лань» (пакет «Социально-гуманитарные науки – книги изда-тельства МГИМО»)	Доступ осуществляется по IP-адресам сети ПГУ (договор ХП- 230/16 от 25.04.2016)
19.	https://dvs.rsl.ru	Электронная библиотека диссертаций Российской госу-дарственной библиотеки	Договор №095/04/0114 от 31.03.2016
20.	http://lib.pnzgu.ru	Электронный каталог библиотеки ФГБОУ ВО «Пензен-ский государственный университет»	По вопросам доступа обращаться к сотрудни-кам информационно-библиографического от-дела библиотеки универ-ситета
21.	http://lib.pnzgu.ru	Электронная картотека статей библиотеки ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»	По вопросам доступа обращаться к сотрудни-кам информационно-библиографического от-дела библиотеки универ-ситета
22.	http://lib.pnzgu.ru	Картотека «Труды ученых университета» ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»	По вопросам доступа обращаться к сотрудни-кам информационно-библиографического от-дела библиотеки универ-ситета
23.	http://www.humanities.edu.ru/	Портал «Гуманитарное образование»	Свободный доступ
24.	Прочие профессиональные порталы, указанные в рабочих программах дисциплин		

Электронная информационно-образовательная среда университета обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в ра-бочих программах;
- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и ре-зультатов освоения основной образовательной программы;
- проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация кото-рых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных тех-нологий;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обу-чающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети Интернет.

Электронно-библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают одновременный доступ 80 % обучающихся.

Библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 50 экземпляров каждого из изданий основной литературы на 100 обучающихся, перечисленной в рабочих программах дисциплин (модулей), практик.

Фонд дополнительной литературы включает следующие официальные справочно-библиографические и специализированные периодические издания:

- | | |
|---|---|
| 1. Вопросы статистики | 15. Право и экономика |
| 2. Вопросы экономики | 16. Практический маркетинг |
| 3. Вопросы философии | 17. Предпринимательство |
| 4. Деньги и кредит | 18. Проблемы прогнозирования |
| 5. Журнал социологии и социальной антропологии | 19. Рынок ценных бумаг |
| 6. Кадровый менеджмент | 20. Управление риском |
| 7. Маркетинг | 21. Финансовый бизнес |
| 8. Маркетинг в России и за рубежом | 22. Финансовый менеджмент |
| 9. Маркетолог | 23. Финансы |
| 10. Менеджмент в России и за рубежом | 24. Финансы и кредит |
| 11. Мировая экономика и международные отношения | 25. Экономист |
| 12. Налоги и платежи | 26. Экономический анализ: теория и практика |
| 13. Налоговая политика и практика | 27. Эксперт |
| 14. Отечественная история | 28. Вопросы статистики и другие |

Обеспеченность дополнительной литературой составляет не менее 25 экземпляров на 100 обучающихся каждого из изданий, указанного в рабочих программах дисциплин (модулей), практик.

Общий фонд библиотеки по экономическим и управленческим дисциплинам составляет более 20 000 экземпляров изданий и ежегодно пополняется различными видами новых изданий, среди которых: учебная и учебно-методическая литература; официальные, справочные, научные и периодические издания.

Занятия проводятся в аудиториях, оснащенных современными ПЭВМ. Магистрантам доступно современное программное обеспечение – Visio Professional 2010, Access 2010, 1С: Предприятие 8.0, Project 2010, СПС КонсультантПлюс 4000.00.11, БИЗНЕС-КУРС Корпорация. +, ИС «Кодекс» 6.0, Налогоплательщик. Обеспеченность дополнительной литературой составляет более 30 экземпляров на каждые 100 обучающихся.

Библиотечный фонд обеспечивает достаточность и современность источников информации по дисциплинам учебного плана. Имеется кафедральный библиотечный фонд, насчитывающий более 130 экземпляров современной экономической литературы.

Для обучающихся обеспечен доступ к следующим профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

1. СПС КонсультантПлюс.
2. СПС Гарант.
3. ИС «Кодекс».
4. Центральная база статистических данных (ЦБСД).
5. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС).
6. Электронный каталог библиотеки ПГУ

Учебно-методическая документация, комплекс основных учебников, учебно-методических пособий и информационных ресурсов для учебной деятельности студентов по всем учебным дисциплинам (модулям), практикам, НИР и др., включенным в учебный план ОПОП ВО представлены в электронной информационно-образовательной сети университета.

5.3. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса в вузе при реализации ОПОП ВО

Для организации учебно-воспитательного процесса по данной ОПОП ВО университет располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Материально-техническое обеспечение включает специальные помещения, представляющие собой:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации,
- лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием;
- специально оборудованные кабинеты и аудитории по дисциплинам в области делового общения, иностранных языков, маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности, технологии продаж и обслуживания, рабочие программы которых предусматривают цели формирования у обучающихся умений и навыков в соответствии с профилем ОПОП ВО,
- компьютерные классы с комплектом программного обеспечения по дисциплинам в области информационных технологий в маркетинге, рабочие программы которых предусматривают цели формирования у обучающихся умений и навыков в соответствии с профилем ОПОП ВО,
- помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета. Доступ магистрантов к сети Интернет составляет в среднем 3 часа на человека в неделю.

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационных материалов и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин.

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

В университете существует бизнес-инкубатор, студии, тренинговые кабинеты и т.п. для формирования у обучающихся общекультурных, профессиональных и специальных компетенций.

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения (состав определяется в рабочих программах дисциплин и подлежит ежегодному обновлению).

При использовании электронных изданий университет обеспечивает каждого обучающегося во время самостоятельной подготовки рабочим местом в компьютерном классе с выходом в Интернет. Доступность к сетям типа Интернет обеспечена для каждого студента. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Для занятий физической культурой и спортом в университете имеются: спортивно-культурный центр «Темп», спортивно-оздоровительный комплекс «Труд», спортивные залы, лыжная база, бассейн. Университет имеет 4 столовых и буфеты в каждом корпусе.

Обучающиеся инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

6. ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ВУЗА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ

6.1. Организация воспитательной работы в ВУЗе

Организация воспитательной работы в ВУЗе осуществляется на основе взаимодействия учебных, административных, общественных и самостоятельных структур и реализуется на всех уровнях: в образовательном процессе, во внеучебное время, в процессе межличностных контактов. Для достижения поставленных целей в воспитательной и внеучебной работе ПГУ располагает следующими возможностями и ресурсами.

Воспитательная работа организуется и проводится в учебных группах институтов, факультетов, колледжей. За организацию воспитательной работы согласно должностным обязанностям отвечает проректор по воспитательной работе. С целью проведения анализа состояния воспитательной работы в образовательном учреждении на Ученом совете ПГУ ежегодно проректор по воспитательной работе представляет отчетный доклад о состоянии воспитательной работы.

Воспитательной работой занимаются деканаты факультетов ПГУ, Студсовет.

В состав студенческого городка ПГУ входят 7 общежитий на 3200 мест. В студгородке ПГУ созданы необходимые условия для проживания, самостоятельных занятий и отдыха обучающихся, а также для организации внеучебной, культурно-массовой и спортивной работы.

6.2 Характеристики среды, значимые для воспитания личности и позволяющие формировать общекультурные компетенции

Общие характеристики среды	Конкретизация в ООП
1. Это среда, построенная на общечеловеческих ценностях и нравственных устоях современного общества.	Это среда, построенная на общечеловеческих ценностях и нравственных устоях современного общества
2 Это правовая среда, которая включает в себя законы и подзаконные нормативные акты, регламентирующие образовательную деятельность, работу с молодежью, а также локальные нормативные акты университета.	Это правовая среда, где в полной мере действуют основной закон нашей страны - Конституция РФ; законы и подзаконные нормативные акты, регламентирующие образовательную деятельность и работу с молодежью, Устав университета и правила внутреннего распорядка; которая формирует готовность использовать нормативные правовые акты в своей профессиональной деятельности
3. Это высокоинтеллектуальная среда, содействующая развитию научного потенциала молодых одаренных людей в фундаментальной и прикладной науке, и повышению значимости научного знания и мотивации к научным исследованиям.	Это высокоинтеллектуальная среда, содействующая развитию научного потенциала студентов и повышению интереса к научному творчеству в различных отраслях экономики
4. Это среда высокой коммуникативной культуры, толерантного диалогового взаимодействия студентов, студентов и преподавателей.	Это среда высокой коммуникативной культуры, толерантного диалогового взаимодействия студентов, студентов и преподавателей, студентов и сотрудников университета; а также формировать готовность к использованию принципов толерантности, диалога и сотрудничества в процессе взаимодействия с участниками образовательного процесса.
5. Это гуманитарная среда, поддерживаемая современными информационно-коммуникационными технологиями.	Это гуманитарная среда, поддерживаемая современными информационно-коммуникационными технологиями, позволяющая формировать высокий уровень ИКТ-компетентности и информационную культуру
6. Это среда, открытая к сотрудничеству с работодателями, с различными социальными партнерами, в том числе с зарубежными.	Это среда, открытая к сотрудничеству с работодателями, с различными социальными партнерами, в том числе с зарубежными, и позволяющая использовать новые формы социального партнерства.

6.3 Задачи воспитательной деятельности, решаемые в ООП:

- приобщение к общечеловеческим ценностям, таким как Родина, личность, семья, свобода, справедливость,
- создание условий для успешной социализации молодежи,
- воспитание личностных качеств, необходимых для успешной самореализации в роли учителя иностранного языка: профессионализма, дисциплинированности, ответственности, организаторских и творческих способностей; социальной и инновационной активности, коммуникативности и толерантности;
- содействие эффективной профориентации молодежи (внедрение современных технологий карьерного роста, подготовка специалиста, конкурентноспособного на современном рынке труда).
- формирование у студентов российской идентичности и профилактика межэтнических и межконфессиональных конфликтов,
- выявление и развитие творческих способностей студентов,
- развитие добровольчества в студенческой среде.

6.4 Проекты воспитательной деятельности по направлениям

Приоритетные

Направление	Курс(ы)	Проекты, формы и технологии ВД	Компетенции
Научно- исследовательская деятельность	1-2	Международная научно-методическая конференция «Университетское образование». Международная научно - практической конференция «Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики». Конкурс «Мой мир в экономике». Конкурс (внутривузовский) на лучшую НИРС. Международная научно-практическая конференция «Модели, системы, сети в экономике, природе, технике и обществе»	ОК1-3
Гражданско-патриотическое направление	1-2	Круглый стол, посвященный социально-экономическому положению России в современных условиях. Международный форум «Диалог Культур»	ОК1-3

Рекомендуемые

Направление	Курс(ы)	Проекты ВД	Компетенции
Культура и история	1-2	Экскурсии по местам культурного наследия «Россия – Родина моя!» Проект «Туристические маршруты по памятным местам РФ» Фестиваль военно-патриотической песни	ОК1-3 ОПК-1

На выбор

Направление	Курс(ы)	Проекты ВД	Компетенции
Молодежное предпринимательство	1-2	Творческий конкурс «Знаешь ли ты ведущие Пензенские компании?» Деловая игра: «Роль молодежи в общественном развитии. Легко ли быть экономически активным?» Проект «Инновационное предпринимательство» Взаимодействие со Студенческим научно-производственным бизнес-инкубатором	ОПК1-3

6.5 Формы представления студентами достижений и способы оценки освоения компетенций во внеаудиторной работе

Направление	Формы	Способы оценки
Научно-исследовательская деятельность	Проект, акция, конкурс, форум, отзыв, отчет, конференция, круглый стол, диспут, конференция	Экспертиза, согласование оценок, отзыв, рецензирование, рефлексия, характеристика
Гражданско-патриотическое направление	Фестиваль, конкурс, выставка, форум, круглый стол	Отзыв, самооценка, рефлексия, характеристика
Студенческое самоуправление	Конкурс, самопрезентация, фестиваль, выставка, концерт, сценическое представление, смотр-конкурс, творческий отчет	Экспертиза, согласование оценок, тестирование, анкетирование, рефлексия, характеристика, судейство
Молодежное предпринимательство	Проект, выставка, ярмарка, конкурс	Экспертиза, отзыв, анкетирование
Культура и история	Проект, экскурсия, конкурс, тематический стенд, выставка, выезд	Отзыв, анкетирование, рефлексия, эссе, характеристика

6.6 Организация учета и поощрения социальной активности составление портфолио достижений студента, вручение общественного аттестата выпускнику.

Учет достижений: портфолио достижений студента, волонтерская книжка, электронный журнал.

Формы: грамоты, рекомендации, занесение на доску почета, благодарственные письма, диплом, объявление благодарности, презентация опыта и результатов деятельности, общественный аттестат, стипендии, разовые денежные выплаты, надбавки, корпоративный подарок, оплата расходов по участию в олимпиадах и студенческих форумах, ценные подарки.

6.7 Используемая социокультурная среда города:

- *Учреждения культуры* (Пензенский областной драматический театр им. А.В. Луначарского, центр театрального искусства им. В.Э. Мейерхольда, Пензенская областная филармония, Пензенская областная библиотека им. М.Ю. Лермонтова, Пензенский государственный краеведческий музей, музей В.О. Ключевского, музей И.Н. Ульянова, объединение государственных литературно-мемориальных музеев Пензенской области, литературный музей, музей-усадьба В.Г. Белинского, государственный музей А.Н. Радищева, музей А.И. Куприна, музей А. Г. Малышкина, Пензенская картинная галерея имени К.А. Савицкого, Пензенский музей народного творчества, Государственный Лермонтовский музей-заповедник «Гарханы», дома творчества).

- *Спортивные учреждения города* (Дворец спорта «Буртасы», дворец спорта «Олимпийский», спортивно-зрелищный комплекс «Дизель-Арена» легкоатлетический манеж училища олимпийского резерва, бассейн «Сура», дворец водного спорта).
- *Социокультурные комплексы районов и микрорайонов.*
- *Государственные учреждения* (Министерство экономики, Правительство Пензенской области, Законодательное собрание Пензенской области)

6.8 Ресурсное обеспечение:

- 1) *нормативно-правовое*
 - Конституция Российской Федерации
 - Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»
 - Федеральный Закон от 03.02.2014 г. №11-ФЗ «О внесении изменений в статью 108 Федерального закона об образовании в Российской Федерации»
 - Постановление Правительства РФ от 23.05.2015 N 497 «О Федеральной целевой программе развития образования на 2016 - 2020 годы»
 - Концепция воспитательной работы Пензенского государственного университета. Дата введения 17.06.2013
 - Стратегия государственной молодежной политики в Российской Федерации на период до 2025 года
 - Концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года
 - Послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации от 3 декабря 2015 года
 - Концепция федеральной целевой программы «Молодежь России» на 2012-2016 годы
 - Приказ Минобрнауки России от 28.02.2008 N 74 (ред. от 11.08.2014) «Об утверждении Правил присуждения премий для поддержки талантливой молодежи и порядка выплаты указанных премий»
 - Постановление Правительства Российской Федерации "О государственной программе "Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016 - 2020 годы" от 30 декабря 2015 г. № 1493
 - Распоряжение Правительства РФ от 7 августа 2009 года «О Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года»
 - Указ Президента РФ от 14.02.2010 № 182 (ред. от 08.03.2011) "О стипендиях Президента Российской Федерации для студентов, аспирантов, адъюнктов, слушателей и курсантов образовательных учреждений высшего профессионального образования"
 - Постановление Правительства Российской Федерации 09 апреля 2010 г. №220 «О мерах по привлечению ведущих ученых в российские образовательные учреждения высшего
 - Положение об управлении воспитательной и социальной работы ПГУ,
 - Положение о совете студенческого самоуправления ПГУ,
 - Положение о совете по воспитательной работе,
 - Положение о кураторе студенческой группы,
 - Правила внутреннего трудового распорядка ПГУ,
 - Правила внутреннего распорядка в общежитии,
 - Календарный план внеучебной воспитательной работы, утвержденный Ученым советом ПГУ,
 - Комплексная программа по профилактике наркомании в студенческой среде,
 - Стандарт университета «Стипендиальное обеспечение и другие формы материальной

поддержки студентов, аспирантов, докторантов, интернов и ординаторов. Порядок назначения и выплаты».

2) *научно-методическое*

- Богданова Р.У. Ориентиры воспитательной деятельности преподавателя высшей школы. СПб, 2005.

- Данилова И.Ю. Многоуровневая модель организации научно-исследовательской работы студентов как средство обеспечения качества образования в вузе. Москва, 2010.

- Найденова З.Г. Инновационное развитие региональной системы образования: гуманистический подход. Санкт-Петербург, 2010. 18

3) *материально – техническое*

- музыкальная и звукоусилительная аппаратура
- фото- и видеоаппаратура
- персональные компьютеры с периферийными устройствами и возможностью выхода в Интернет

- информационные стенды

- множительная техника

- канцелярские материалы

7. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ДАННОЙ ОПОП ВО МАГИСТРАТУРЫ

В соответствии с ФГОС ВО магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент и Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» оценка качества освоения обучающимися основных образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую аттестацию обучающихся.

Пензенский государственный университет определяет политику в области качества, направленную:

- на удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии путем получения образования различного уровня, обучения в аспирантуре и докторантуре, повышения квалификации и переподготовки;

- на удовлетворение потребностей общества и государства в квалифицированных специалистах и научно-педагогических кадрах высшей квалификации;

- на организацию и проведение фундаментальных и прикладных научных исследований и их коммерциализацию;

- на совершенствование воспитательной работы, развитие студенческого самоуправления и формирование личности, обладающей высоким профессионализмом, культурой, интеллигентностью и патриотизмом;

- на решение задач стратегического развития университета за счет активизации человеческих, материальных и финансовых ресурсов, внедрения научных и инновационных подходов, ориентированных на модернизацию экономики Российской Федерации.

Пензенский государственный университет:

- стремится к достижению устойчивого успеха за счет удовлетворения интересов и ожиданий потребителей и других заинтересованных сторон высоким качеством предоставляемых услуг;

- обеспечивает соответствие системы менеджмента качества требованиям международного стандарта ISO 9001:2008, национального стандарта ГОСТ Р ИСО 9001-2008, стандартов и директив ENQA, федеральных государственных образовательных стандартов, национальных стандартов, регламентирующих образовательную, научно-исследовательскую и инновационную деятельность;

- постоянно совершенствует систему менеджмента качества, обеспечивающую повы-

шение конкурентоспособности и устойчивости на рынке образовательных услуг, развитие научной и инновационной деятельности, улучшение финансовых показателей, повышение компетентности персонала в области качества, вовлечение персонала в процессы, связанные с качеством;

- непрерывно повышает качество образовательной деятельности за счет совершенствования профориентационной работы, профессионального уровня профессорско-преподавательского состава, использования новых достижений фундаментальных и прикладных исследований по приоритетным направлениям развития науки и техники, модернизации материальной базы образовательного процесса, информационно-библиотечного обеспечения, постоянного мониторинга учебного процесса;

- совершенствует воспитательную и социальную работы на основе обеспечения социальной защищенности студентов и сотрудников университета, поддержания корпоративной культуры, создания благоприятных условий для работы и учебы, развития положительной мотивации студентов к обучению за счет создания комфортного психологического климата и безусловного признания ценности личности студента;

- повышает эффективность научно-исследовательской и расширяет сферы инновационной деятельности университета как основы для привлечения дополнительных ресурсов, повышения квалификации профессорско-преподавательского состава и вспомогательного персонала, развития и вовлечения в научно-исследовательскую инновационную деятельность талантливой молодежи, обеспечения базы для образовательного процесса и подготовки кадров высшей квалификации.

Высшее руководство университета является лидером в реализации настоящей политики качества и принимает на себя обязательство постоянно повышать результативность системы менеджмента качества университета.

7.1. Матрица соответствия компетенций, формирующих их составных частей ОПОП и оценочных средств

Матрица приведена в Приложении 5.

7.2. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ОПОП ВО осуществляется в соответствии с Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации». Текущая и промежуточная аттестации служат основным средством обеспечения в учебном процессе обратной связи между преподавателем и студентом, необходимой для стимулирования работы обучающихся и совершенствования методики преподавания учебных дисциплин.

Текущая аттестация представляет собой проверку усвоения учебного материала, регулярно осуществляемую на протяжении семестра. Промежуточная аттестация, как правило, осуществляется в конце семестра и может завершать как изучение отдельной дисциплины, так и ее раздела (разделов). Промежуточная аттестация позволяет оценить совокупность знаний и умений, а также формирование определенных компетенций.

К формам текущего контроля относятся: собеседование, коллоквиум, тест, проверка контрольных работ, рефератов, эссе и иных творческих работ, опрос студентов на учебных занятиях, отчеты студентов по лабораторным работам, проверка расчетно-графических работ и др.

К формам промежуточного контроля относятся: зачет, экзамен, защита курсового проекта (работы), отчета (по практикам, научно-исследовательской работе студентов и т.п.), и др.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ОПОП ВО кафедрами ПГУ разработаны фонды оценочных средств

для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Фонды включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, коллоквиумов, зачетов и экзаменов, тесты и компьютерные тестирующие программы, примерную тематику курсовых работ, эссе и рефератов и т.п. Указанные фонды оценочных средств позволяют оценить степень сформированности компетенций обучающихся на каждом этапе освоения образовательной программы.

Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации приводятся в рабочих программах дисциплин (модулей), учебно-методических комплексах дисциплин и программах практик.

7.3. Государственная итоговая аттестация выпускников ОПОП магистратуры

Государственная итоговая аттестация выпускника высшего учебного заведения является обязательной и осуществляется после освоения ОПОП магистратуры по направлению 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Маркетинг» в полном объеме.

Государственная итоговая аттестация выпускника включает защиту выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

Государственные аттестационные испытания предназначены для определения общих и профессиональных компетенций магистра менеджмента, определяющих его подготовленность к решению профессиональных задач, установленных ФГОС ВО, способствующих его устойчивости на рынке труда и продолжению образования в аспирантуре.

На основе Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636, требований ФГОС ВО, ПГУ разработаны и утверждены соответствующие нормативные документы, регламентирующие проведение государственной итоговой аттестации: стандарты университета СТО ПГУ 2.12–2015 «Государственная итоговая аттестация по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры», СТО ПГУ 3.12–2015 «Выпускная квалификационная работа обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры».

Методической комиссией кафедры «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания» разработаны методические указания по выполнению и защите выпускных квалификационных работ, программа и оценочные средства государственной итоговой аттестации.

В результате подготовки и защиты выпускной квалификационной работы студент должен продемонстрировать способность и умение самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, умение использовать современные методы маркетинговых исследований для решения профессиональных задач, самостоятельно обрабатывать, интерпретировать и представлять результаты научно-исследовательской и производственной деятельности по установленным формам, профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

7.3.1. Требования к выпускной квалификационной работе по направлению подготовки магистратуры 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Маркетинг»

Магистерская диссертация (выпускная квалификационная работа магистра) представляет собой комплексную квалификационную научно-исследовательскую и проектную работу, имеющую логическую целостность и отображающую ход и результаты исследования актуальной темы, имеющие научную новизну. Магистерская диссертация подводит итоги теоретической и практической подготовки магистра и характеризует его подготовленность к предстоящей профессиональной или

научной деятельности.

Подготовка и защита магистерской работы предполагает наличие у студента умений и навыков проводить самостоятельное законченное исследование на заданную тему, свидетельствующее об усвоении студентом теоретических знаний и практических навыков в рамках компетенций ОК1, 2, 3, ОПК1, 2, 3 ПК1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10; СК1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, позволяющих решать профессиональные и исследовательские задачи, соответствующие Федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования.

В результате подготовки и защиты выпускной квалификационной работы студент должен продемонстрировать:

- знание, понимание и умение решать профессиональные задачи в области научно-исследовательской и производственной деятельности в соответствии с профилем подготовки;
- умение использовать современные методы экономических исследований для решения профессиональных задач;
- навыки самостоятельно обрабатывать, интерпретировать и представлять результаты научно-исследовательской и производственной деятельности по установленным формам;
- владение приемами осмысления информации для решения научно-исследовательских и производственных задач.

Выпускная квалификационная работа магистра должна включать:

- анализ поставленной проблемы, выполненный на основе изучения литературных и патентных источников;
- формулировку задачи научного, научно-исследовательского или научно- производственного направления;
- описание хода решения поставленной задачи;
- предложение и обоснование методов или способов ее решения;
- решение задачи исследования, анализ полученных результатов и разработка выводов и рекомендаций по результатам исследования.

Рекомендуемый объем выпускной работы магистра – не менее 60 страниц печатного текста без учета приложений.

Цель написания магистерской диссертации - показать способность и профессиональную подготовленность магистранта к проведению научных исследований. Для выполнения этой цели соискателю необходимо логично и грамотно изложить результаты исследования, показать умение обобщать фактические и статистические данные, обнаружить навыки работы со специальной и научной литературой.

Для достижения цели написания магистерской диссертации магистрант должен:

- провести теоретическое исследование по обоснованию научной идеи и сущности изучаемого явления или процесса;
- выбрать и обосновать метод (методику) проведения исследования, описать и проанализировать изучаемое явление или процесс, выявить тенденции и закономерности его развития на основе конкретных данных;
- основное содержание диссертации должны составлять предложения по совершенствованию и развитию исследуемого явления или процесса, свидетельствующие о личном вкладе автора.

Изложение полученных результатов, как правило, должно сопровождаться публикациями статей в научных изданиях, в сборниках тезисов, докладов и выступлений на форумах и всероссийских и/или международных конференциях и т.п. В значительной степени качество диссертационной работы является основанием для решения вопроса о целесообразности рекомендации для поступления в аспирантуру.

Подготовка и защита магистерской диссертации включает следующие этапы:

- выбор темы, назначение научного руководителя;
- изучение требований, предъявляемых к данной работе;

- согласование с научным руководителем плана работы;
- определение целей, задач и методов исследования
- изучение литературы по проблеме, отбор необходимых источников и литературы;
- непосредственная разработка проблемы (темы);
- обобщение полученных результатов;
- написание работы;
- представление диссертации на кафедру с отзывом научного руководителя и внешней рецензией рецензирование работы;

- защита и оценка работы перед Государственной аттестационной комиссией. Магистерская диссертация должна показать высокий теоретический уровень автора, навыки самостоятельной научно-исследовательской и аналитической деятельности

Защита выпускной квалификационной работы магистра менеджмента выявляет уровень теоретической и практической подготовленности выпускника к реализации следующих видов профессиональной деятельности:

- организационно-управленческая;
- аналитическая;
- научно-исследовательская;
- педагогическая.

Успешно выполненная выпускная квалификационная работа магистра свидетельствует о том, что выпускник готов к продолжению образования в аспирантуре, а также ведению профессиональной деятельности в области менеджмента. Успешная защита работы, подтверждая профессиональные признаки будущего специалиста, его умение отстаивать научно-обоснованные и практически применимые разработки, является основанием для присвоения студенту степени магистра по направлению 38.04.02 «Менеджмент», магистерской программы «Маркетинг».

Защита ВКР проводится в форме открытого заседания государственной экзаменационной комиссии (ГЭК), на которой выступают студенты с докладом, сопровождая свое выступление мультимедийной презентацией.

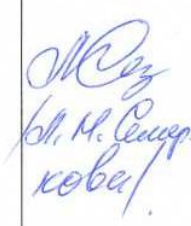
Каждому члену ГЭК предоставляется экземпляр раздаточного материала, в котором содержатся основные результаты ВКР.

Члены ГЭК оценивают степень соответствия представленной квалификационной работы и ее защиты требованиям ФГОС ВО.

Порядок проведения итоговой аттестации соответствует Приказу Министерства образования и науки РФ от 29.06.2015 г. №636 "Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры", требованиям ФГОС ВО.

8. ДРУГИЕ НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ И МАТЕРИАЛЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

9. РЕГЛАМЕНТ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ ОПОП ВО В ЦЕЛОМ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЕЕ ДОКУМЕНТОВ

Изменение	Реквизиты распоряжительного документа (дата и № протокола Ученого совета факультета)	Подпись председателя Ученого совета факультета экономики и управления	Подпись руководителя структурного подразделения, ответственного за разработку ОПОП ВО	Дата введения изменений
<p>Внесены изменения и дополнения в рабочие программы учебных дисциплин и практик, в ФОС с учетом материально-технического, учебно-методического и информационного обеспечения образовательного процесса.</p> <p>В п. 1.2 Нормативные документы добавлен приказ Министерства образования и науки РФ от 13 июля 2017 г. №653.</p> <p>В п. 3 Компетенции выпускника удалена повторяющаяся компетенция ПК-6, номера следующих за ней компетенций сдвинуты на единицу вверх.</p> <p>Внесены корректировки в п. 5 Кадровое обеспечение реализации ОПОП на 2017-2018 уч. год.</p>	<p>Протокол № 1 от 12.09.17 Ученого совета факультета экономики и управления</p>			2017

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО, с учетом рекомендаций ПрООП ВО по направлению подготовки 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ и согласована со следующими представителями работодателей:

1. Ирина Викторовна Иванова (Ф.И.О., должность, подпись, дата) 14.06.16
направляющий ген. ООО "Импульс"
2. Муравьева Ирина Тимуровна (Ф.И.О., должность, подпись, дата) 15.06.16
главный инженер ООО "Импульс"
3. Бирюкова Ирина Леонидовна (Ф.И.О., должность, подпись, дата) 21.06.16
директор ООО "Импульс"
4. Александров Александр Александрович (Ф.И.О., должность, подпись, дата) 21.06.16
руководитель рекламного агентства "Медиа-группа"

Зав. кафедрой
МКиСО

М.В.С.
(подпись)

Семеркова Л.Н.
(Ф.И.О.)

Программа одобрена методической комиссией ФЭиУ факультета (института)
Протокол № 7 « 29 » 06 2016 года

Председатель
методической комиссии факультета (института) Ершова Е.В.
(подпись) (Ф.И.О.)

Программа одобрена Советом ФЭиУ факультета (института)
Протокол № 8 от « 1 » 07 2016 года

Декан факультета (директор института) Володин В.М.
(подпись) (Ф.И.О.)