

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Мордовский государственный университет
им. Н.П. Огарёва»**



**Мордовский
государственный
университет
им. Н.П. Огарева**

П Р И Ц Я Т О
Учёным советом
ФГБОУ ВПО
им. Н.П. Огарева
№ 12 / 2011 г.
Протокол № 1

У Т В Е Р Ж Д Е Н О
Ректором ФГБОУ ВПО
им. Н.П. Огарева
С.М. Вдовья /
« 12 » 12 2011 г.

**Основная образовательная программа
Высшего профессионального образования
Направления подготовки
080200.68 «Менеджмент»
(Магистратура)**

*ФГОС ВПО утвержден приказом Минобрнауки РФ от 18.11.2009 г. № 636
(в ред. приказов Минобрнауки РФ от 31.03.2011 №1975), зарегистрирован в Минюсте РФ
16.12.2009 г. № 15653*

**профиль подготовки
Маркетинг в инновационной сфере**

Квалификация (степень) выпускника – магистр

**Форма обучения - очная
Нормативный срок освоения программы – 2 года
Трудоемкость ООП – 120 зачетных единиц**

Саранск 2011

Разработчики ООП:

Заведующий кафедрой
маркетинга

д.э.н.,
профессор



Е.А. Неретина

Заведующий кафедрой
менеджмента

д.э.н.,
профессор



Н.Д. Гуськова

Заместитель декана
экономического факультета
по учебной работе

к.э.н.,
доцент



Ю.Р. Еналеева

Заместитель декана
экономического факультета
по внеучебной работе

к.э.н.,
доцент



Е.А. Леоненко

Директор по развитию
ООО «Центр нанотехнологий и
наноматериалов РМ»



В.Г. Арискин

Обсуждено на заседании выпускающей
кафедры

«29» 06 2011 г. протокол
№ 8

Зав. кафедрой
маркетинга

д.э.н.,
профессор



Е.А. Неретина

Рассмотрено на заседании учебно-
методической комиссии экономического
факультета

«30» 08 2011 г. протокол
№ 8

Председатель учебно-методической
комиссии
экономического факультета

к.э.н.,
доцент



Е.Ю. Клюева

Рассмотрено на заседании Учёного
совета экономического факультета

«30» 08 2011 г. протокол
№ 8

Председатель Учёного совета,
декан экономического
факультета

д.э.н.,
профессор



Н.Д. Гуськова

Согласовано:

Первый проректор –
проректор по учебной работе

к.ф.-м.н.
профессор



Н.Е. Фомин

«24» 01 2011 г.

Начальник УМУ

к.т.н.,
доцент



Н.Ф. Антошкин

«24» 01 2011 г.

В соответствии с пунктом 7.1 ФГОС ВПО: «Высшие учебные заведения обязаны ежегодно обновлять основные образовательные программы (ООП) с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы».

ООП ВПО обновлена решением ученого совета экономического факультета

№ п/п	Приложение к ООП документ, содержащий текст обновления	Решение ученого совета об обновлении ООП		Подпись председателя совета	Фамилия И.О. председателя совета
		дата	протокол №		
1.	Приложение № 1	30.01.2012 г.	№ 1		Т.А. Камникова
2.	Приложение № 2	28.01.2013 г.	№ 1		Т.А. Камникова
3.	Приложение № 3	29.01.2014 г.	№ 1		Т.А. Камникова
4.	Приложение № 4	25.02.2015 г.	№ 1		Т.А. Камникова
5.	Приложение № 5	___ . ___ 201__ г.			

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения	7
1.1. Назначение ООП ВО по направлению 080200.68 «Менеджмент» профиль «Маркетинг в инновационной сфере»	7
1.2. Нормативные документы для разработки программы подготовки магистров по направлению «Менеджмент».	7
1.3. Цель (миссия) ООП «Маркетинг в инновационной сфере» по направлению 080200.68 «Менеджмент»	8
1.4. Срок освоения ООП «Маркетинг в инновационной сфере» по направлению 080200.68 «Менеджмент»	8
1.5. Трудоемкость ООП «Маркетинг в инновационной сфере» по направлению 080200.68 «Менеджмент»	9
1.6. Требования к абитуриенту, необходимые для освоения программы подготовки магистров «Маркетинг в инновационной сфере» по направлению 080200.68 «Менеджмент»	9
2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника программы подготовки магистров «Маркетинг в инновационной сфере» по направлению 080200.68 «Менеджмент»	9
2.1. Область профессиональной деятельности магистра.	9
2.2. Объекты профессиональной деятельности магистра.	10
2.3. Виды профессиональной деятельности магистра.	10
2.4. Задачи профессиональной деятельности магистра.	10
3. Компетенции выпускника ООП подготовки магистров, формируемые в результате освоения программы «Интегрированные системы менеджмента» по направлению «Управление качеством».	13
4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации программы подготовки магистров «Маркетинг в инновационной сфере» по направлению 080200.68 «Менеджмент»	15
4.1. Годовой календарный учебный график.	15
4.2. Учебный план образовательной программы.	16
4.3. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей).	19
4.4. Программы учебной и производственной практик	19
4.5. Матрица соотнесения компетенций по всем учебным дисциплинам и практикам учебного плана	22
5. Ресурсное обеспечение программы подготовки магистров «Маркетинг в инновационной сфере» по направлению 080200.68 «Менеджмент»	25
5.1 Кадровое обеспечение	25
5.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение	25
5.3 Материально-техническое обеспечение	26
6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие	27

общекультурных (социально-личностных) компетенций магистров.	
7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися программы подготовки магистров «Маркетинг в инновационной сфере» по направлению 080200.68 «Менеджмент»	34
7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.	34
7.2. Итоговая государственная аттестация выпускников магистерской программы.	31 35
7.2.1. Требования к выпускной квалификационной работе	35
7.2.2. Требования к итоговому государственному экзамену	37
8. Участие работодателей при разработке и реализации ООП	37

1. Общие положения

1.1 Назначение ООП ВО по направлению 080200.68 «Менедж-мент» профиль «Маркетинг в инновационной сфере» Основная образовательная программа подготовки магистров «Маркетинг в инновационной сфере» по направлению 080200.68 «Менеджмент», представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва» самостоятельно с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по направлению «Менеджмент» высшего профессионального образования (ФГОС ВО), а также с учетом рекомендованной примерной образовательной программы по данному направлению.

Магистерская программа регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя:

- учебный план;
- рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей);
- программы практик;
- календарный учебный график;
- методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии;
- другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

1.2 Нормативные документы для разработки магистерской программы по направлению «Менеджмент»

Нормативную правовую базу разработки ООП магистратуры составляют:

- Федеральные законы Российской Федерации: «Об образовании» (от 10 июля 1992 г. №3266-1) и «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» (от 22 августа 1996 г. №125-ФЗ);
- Типовое положение об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении), утвержденное постанов-

лением Правительства Российской Федерации от 14 февраля 2008 г. №71 (далее – Типовое положение о вузе);

– Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» (квалификация (степень) «магистр»), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 ноября 2009 г. № 636;

– Нормативно-методические документы Минобрнауки России;

– Устав ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва».

1.3. Цель (миссия) ООП «Маркетинг в инновационной сфере» по направлению 080200.68 «Менеджмент»

ООП подготовки магистров имеет своей целью развитие у студентов личностных качеств и формирование общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ПрООП ВО по данному направлению подготовки.

Целью (миссией) магистерской программы «Маркетинг в инновационной сфере» является подготовка магистров по направлению «Менеджмент», способных эффективно управлять маркетинговой деятельностью в организациях, работающих в сфере высоких технологий и осуществляющих научно-исследовательские разработки по созданию инновационного продукта от идеи до его коммерциализации.

1.4. Срок освоения магистерской программы «Маркетинг в инновационной сфере»

Срок освоения ООП подготовки магистров «Маркетинг в инновационной сфере» по направлению 080200.68 «Менеджмент» в соответствии с ФГОС ВО составляет 2 года.

1.5. Трудоемкость программы подготовки магистров «Маркетинг в инновационной сфере»

Трудоемкость освоения ООП – 120 зачетных единиц за весь период обучения в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ООП.

1.6. Требования к абитуриенту, необходимые для освоения программы подготовки магистров «Маркетинг в инновационной сфере» по направлению 080200.68 «Менеджмент»

Лица, имеющие диплом бакалавра (специалиста) и желающие освоить магистерскую программу, зачисляются в магистратуру по результатам вступительных испытаний, программы которых разрабатываются Университетом с целью установления у поступающего наличия компетенций необходимых для освоения магистерских программ по данному направлению.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника программы подготовки магистров «Маркетинг в инновационной сфере» по направлению 080200.68 «Менеджмент»

2.1. Область профессиональной деятельности магистра включает:

- организации, предприятия, финансово-промышленные объединения, отраслевые комплексы, международные корпорации и другие хозяйственные ассоциации, занимающиеся разработкой, производством и реализацией высоко-технологичной продукции;
- отраслевые, межотраслевые и международные проекты по созданию сложных высокотехнологичных систем;
- структуры высокотехнологичного сектора экономики, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело;
- научно-исследовательские организации, связанные с разработкой высоко-технологичной продукции.

- учреждения системы высшего и дополнительного профессионального образования.

2.2. Объекты профессиональной деятельности магистра

- процессы управления маркетингом в организациях различных организационно - правовых форм;
- научно-исследовательские и инновационные процессы;
- отраслевые, межотраслевые и международные проекты по созданию сложных высокотехнологичных систем;
- проекты и процессы освоения новых наукоемких продуктов, услуг, технологий, новых форм и методов организации производства и управления.

2.3. Виды профессиональной деятельности магистра

В соответствии с ФГО ВПО по направлению магистратуры «Менеджмент» магистр готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

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

Дополнительными видами профессиональной деятельности, развиваемыми полученными в бакалавриате навыки и обусловленным спецификой программы «Маркетинг в инновационной сфере» по направлению магистратуры «Менеджмент» являются:

- инновационная;
- проектная;
- коммерческая.

2.4. Задачи профессиональной деятельности магистра

Профессиональные задачи магистра по направлению «Менеджмент» определяются профильной направленностью магистерской программы и видами профессиональной деятельности. Конкретные задачи, обусловленные спецификой магистерской программы «Маркетинг в инновационной сфере» по

направлению подготовки «Менеджмент» определены высшим учебным заведением, научно-педагогическими работниками и работодателями.

Таблица 1 – Задачи профессиональной деятельности магистра применительно к магистерской программе «Маркетинг в инновационной сфере»

Задачи профессиональной деятельности магистров в соответствии с ФГОС	Конкретизация задач профессиональной деятельности применительно к магистерской программе «Маркетинг в инновационной сфере»
<i>Организационно-управленческая деятельность</i>	
Управление организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Формирование системы управления в организациях, осуществляющих деятельность в инновационной сфере.
	Управление подразделениями, группами сотрудников, реализующими специализированные функции маркетинга в инновационных компаниях.
	Разработка и реализация технологий управлений жизненным циклом наукоемкой продукции.
Разработка стратегий развития организаций и их отдельных подразделений	Разработка стратегий управления организаций, работающих в инновационной сфере.
	Разработка и реализация комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией инновационных компаний.
	Бизнес-планирование высокотехнологичных проектов.
<i>Аналитическая деятельность</i>	
Поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений	Поиск, анализ и оценка информации о факторах внутренней и внешней среды организаций инновационной сферы для подготовки и принятия управленческих решений
	Построение в инновационных компаниях внутренней информационной системы для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля
	Использование в практической деятельности организаций информации, полученной по итогам маркетинговых исследований инновационного рынка
Анализ существующих форм организации управления; разработка и обоснование предложений по их совершенствованию	Анализ эффективности существующей системы управления организаций, работающих в сфере инноваций, разработка и обоснование предложений по ее совершенствованию
	Оценка эффективности управленческих решений в сфере высоких технологий
Анализ и моделирование процессов управления	Анализ и моделирование процессов управления в инновационных организациях, разработка и обоснование предложений по их совершенствованию

Научно-исследовательская деятельность	
Выявление и формулирование актуальных научных проблем	Выявление и формулирование актуальных научных проблем управления в инновационных сферах производства
Разработка программ научных исследований и разработок, организация их выполнения	Разработка программ научных исследований и разработок по управлению в инновационной сфере, организация их выполнения
Разработка методов и инструментов проведения исследований и анализа их результатов	Разработка методов и инструментов проведения исследований в системе управления организаций инновационного сектора экономики и анализ их результатов
	Развитие методов управления жизненным циклом инновационной продукции
Разработка организационно-управленческих моделей процессов, явлений и объектов, оценка и интерпретация результатов	Разработка организационно-управленческих моделей процессов управления в инновационной сфере, оценка и интерпретация результатов
Поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования	Поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования
Подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций	Подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций по актуальным проблемам маркетинга в сфере инноваций
Педагогическая деятельность	
Преподавание управленческих дисциплин	Организация и участие в образовательном процессе ВПО и ДПО, формирующем профессиональные компетенции специалистов по маркетингу в инновационной сфере
Разработка образовательных программ и учебно-методических материалов	Разработка образовательных программ и учебно-методических материалов по дисциплинам профильной направленности
Дополнительные задачи, обусловленные спецификой магистерской программы	
инновационная деятельность	
	Разработка решений по повышению инновационной активности организаций
	Обоснование приоритетов инновационной деятельности предприятий
	Разработка планов и программ инновационной деятельности организаций

	Формирование алгоритма бизнес-процесса создания и коммерциализации инноваций
	Использование маркетингового инструментария для подготовки и проведения маркетинговых исследований инновационных продуктов
<i>проектная деятельность</i>	
	Разработка и внедрение инновационных проектов
	Разработка проектов профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий
	Управление инновационным проектом на различных стадиях и этапах его жизненного цикла
	Оценка эффективности инновационных проектов
<i>коммерческая деятельность</i>	
	Оценка коммерческого потенциала результатов инновационной деятельности
	Коммерциализация высокотехнологичной и наукоемкой продукции
	Заключение торговых договоров, включая договоры с зарубежными партнерами

3. Компетенции выпускника ООП магистратуры, формируемые в результате освоения магистерской программы «Маркетинг в инновационной сфере» по направлению подготовки «Менеджмент»

Результаты освоения ООП ВПО магистратуры определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, то есть его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Выпускник по направлению подготовки «Менеджмент» с квалификацией (степенью) «Магистр» должен обладать следующими компетенциями:

а) общекультурными (ОК):

- способностью развивать свой общекультурный и профессиональный уровень и самостоятельно осваивать новые методы исследования (ОК-1);
- способностью к изменению своей профессиональной деятельности (ОК-2);
- способностью самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения (ОК-3);

- способностью принимать организационно-управленческие решения и оценивать их последствия (ОК-4);

- свободным владением иностранным языком как средством профессионального общения (ОК-5);

- навыками публичных деловых и научных коммуникаций (ОК-6).

б) профессиональными (ПК):

В области организационно-управленческой деятельности

- способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1);

- способностью разрабатывать корпоративную стратегию (ПК-2);

- умением использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-3);

- способностью разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-4).

В области аналитической деятельности:

- способностью использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами (ПК-5);

- владением методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-6);

- владением методами стратегического анализа (ПК-7);

- способностью готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности (ПК-8).

В области научно-исследовательской деятельности:

- способностью обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы (ПК-9);

- способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования (ПК-10);

- способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-11);
- способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (ПК-12).

В области педагогической деятельности:

- способностью применять современные методы и методики преподавания управленческих дисциплин (ПК-13);
- способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение для преподавания управленческих дисциплин (ПК-14).

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации программы подготовки магистров «Маркетинг в инновационной сфере» по направлению «Менеджмент»

4.1. Календарный учебный график

В соответствии с п.39 Типового положения о вузе и ФГОС ВО по направлению «Менеджмент» содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ООП регламентируется: учебным планом магистра с учетом программы; рабочими программами учебных курсов, предметов, дисциплин(модулей); материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся; программами практик; календарным учебным графиком, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

Разработан календарный учебный график, в котором указана последовательность реализации ООП ВПО по годам, включая теоретическое обучение, практики, НИР, промежуточные и итоговую аттестации, каникулы.

Таблица 2 – Календарный учебный график

КУРСЫ	обучение,	неделя	Экзам.	сессия,	неделя	Практика,	неделя
Теоретич.							
1	34	3	8			7	52
2	32	3	6	2	2	7	52
Всего	66	6	14	2	2	14	104

4.2 Учебный план образовательной программы

Учебный план магистерской программы «Маркетинг в инновационной сфере» представлен в приложении 1.

Перечень дисциплин с разбивкой по семестрам и указанием общего объема в зачетных единицах и формой отчетности представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Перечень дисциплин магистерской программы по направлению подготовки «Маркетинг в инновационной сфере».

	Наименование дисциплин (в том числе практик)	Форма промежуточной аттестации	Трудоемкость	Примерное распределение по семестрам				
				Зачетные единицы	1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр
					Количество недель			
				16	16	18	14	
M1	Общенаучный цикл		6					
M1.Б	Базовая часть:							
M1.В	Вариативная часть		6					
M1.В.ОД	<i>Обязательные дисциплины</i>							
M1.В.ОД.1	Современные проблемы менеджмента	Экзамен	4		4			
M1.В.ОД.2	Методология исследовательской деятельности	Зачет	2	2				
M1.В.ОД.3	Деловой иностранный язык	Экзамен	4	4				
M1.В.ОД.4	Правовые основы управленческой деятельности	Зачет	2		2			
M1.В.ДВ	Дисциплины по выбору		3		3			
1	Управление и моделирование бизнес-процессов	Зачет	3		3			
2	Математические модели в теории управления и исследовании операций							
M2	Профессиональный цикл		54	13	8	18	15	
	Базовая часть		18	13	5	0	0	
M2.Б	Управленческая	Экзамен	4	4				

	экономика						
M2.Б.1	Методы исследований в менеджменте	Зачет	2	2			
M2.Б.3	Современный стратегический анализ	Зачет	2		2		
M2.Б.4	Корпоративные финансы	Экзамен	4	4			
M2.Б.5	Теория организации и организационное поведение	Зачет/Экзамен	3	3	3		
M2.В	Вариативная часть		36	6	3	18	15
M2.В.ОД	Обязательные дисциплины		22	14	8	0	0
M2.В.ОД.1	Современные проблемы маркетинга	Экзамен	4			4	
M2.В.ОД.2	Маркетинговые исследования инновационных проектов	Экзамен	3			3	
M2.В.ОД.3	Продвижение товаров, услуг и технологий	Зачет	2			2	
M2.В.ОД.4	Коммерческое право и правовое регулирование инновационной деятельности	Зачет	2				2
M2.В.ОД.5	Поведение потребителей на рынках инновационных товаров и услуг	Зачет	2			2	
M2.В.ОД.6	Коммерциализация наукоемких и высокотехнологичных продуктов	Экзамен	4				4
M2.В.ОД.7	Стратегический и операционный маркетинг	Экзамен	3			3	
M2.В.ОД.8	Управление взаимоотношениями с потребителями	Зачет	2				2
M2.В.ДВ	Дисциплины по выбору		14	0	3	4	7
M2.В.ДВ.1							
1	Системный подход к организации	Зачет	3		3		
2	Операционный менеджмент						
M2.В.ДВ.							

2							
1	Управленческое и маркетинговое консультирование	Экзамен	4				4
2	Трансфер технологий						
М2.В.ДВ. 3							
1	Бренд-менеджмент	Зачет	3				3
2	Реклама и PR инновационной продукции	Экзамен	4			4	
М2.В.ДВ. 4							
1	Информационные системы в маркетинговой деятельности	Экзамен				4	
2	Управление продажами новых товаров						
М3	Практики, НИР		45	6	18	6	15
М3.У	Учебная практика						
М3.Н	Научно-исследовательская работа		24	6	6	6	6
М3.П	Производственная практика		21		12		9
	педагогическая		6		6		
	организационно-управленческая		6		6		
	научно-исследовательская		9				9
М4	Итоговая государственная аттестация		6	0	0	0	6
	ВСЕГО по ООП		120	25	35	24	36

Изучение курсов, определяющих специфику магистерской программы «Маркетинг в инновационной сфере» в учебном плане предусмотрено в 3 и 4 семестре. К ним относятся: «Современные проблемы маркетинга», «Маркетинговые исследования инновационных проектов», «Продвижение товаров, услуг и технологий», «Коммерческое право и правовое регулирование инновационной деятельности», «Поведение потребителей на рынках инновационных товаров и услуг», «Коммерциализация наукоемких и высокотехнологичных продуктов»,

«Стратегический и операционный маркетинг», «Управление взаимоотношениями с потребителями».

Матрица соответствия составных частей ООП и компетенций, формируемых в результате основания ООП по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» магистерской программы «Маркетинг в инновационной сфере», представлена в Приложении 2.

4.3. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей)

В вузе разработаны рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин как базовой, так и вариативной частей учебного плана, включая дисциплины по выбору студента по данному профилю подготовки магистра, а также программы авторских курсов, определяющих специфику данной магистерской программы (Приложение 3).

4.4. Программы учебной и производственной практик

4.4.1. Программы практик

В соответствии с ФГОС ВПО магистратуры по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» практика является обязательным разделом основной образовательной программы магистратуры. Она представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

При реализации данной магистерской программы предусматриваются следующие виды практик: организационно-управленческая, научно-исследовательская, педагогическая.

В вузе разработаны программы прохождения практик (Приложение 4).

4.4.2. Организация научно-исследовательской работы обучающихся

В соответствии с ФГОС ВПО магистратуры по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» научно-исследовательская работа обучающихся является обязательным разделом основной образовательной программы магистратуры и направлена на формирование универсальных (общекультурных) и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и целями данной магистерской программы.

Основой выполнения НИР является процесс прохождения организационно-управленческой и научно-исследовательской практик, в ходе которых выдвинутые теоретические и практические решения проходят апробацию, дополняются, уточняются и обобщаются. Полученные результаты научно-исследовательской служат основой для подготовки магистерской диссертации.

На всех этапах работы над магистерской диссертацией предполагается участие в работе научно-практических конференций, семинаров и др., включающее подготовку и публикацию статей и тезисов по теме исследования. Также предусматривается привлечение магистрантов к участию в хозяйственных и научно-исследовательских работах по профилю выпускающей кафедры и тематике научной работы факультета. Кроме того, предполагается самостоятельная работа магистра в течение всего времени обучения, которая заключается в следующем:

- Магистр осуществляет поиск, систематизацию и переработку отечественной и зарубежной литературы, материалы НИР и др. литературных источников, описывающих подходы и методы к решению поставленной задачи.

- Магистр может вносить предложения по уточнению и корректировке темы исследования, в соответствии с изучаемым материалом.

- Магистр осуществляет поиск, систематизацию и обработку данных для реализации поставленной задачи.

- Магистр обосновывает выбор инструментальных средств для реализации поставленной задачи.

В магистерской программе «Маркетинг в инновационной сфере» выполнение НИР предусмотрено в 1, 2, 3 и 4 семестрах. Трудоемкость НИР – 24 зачетные единицы.

Научно-исследовательская работа магистров включает в себя все основные элементы научного исследования:

- всестороннее и детальное изучение предметной области, выбранной магистром, с целью выявления проблемной ситуации;

- выбор и обоснование цели исследования, а также важнейших задач, направленных на ее достижение;
- выбор и обоснование инструментария практической реализации задач исследования;
- нахождение оптимальных путей решения поставленных задач;
- анализ полученных результатов и указание дальнейших путей развития исследований в рамках данной проблемы;
- обоснование эффективности решения задач;
- четкая формулировка результатов решения задач исследования с указанием их теоретического и практического значения.

При реализации ООП предусматриваются следующие виды и этапы выполнения и контроля научно-исследовательской работы обучающихся:

1. Выбор темы магистерской диссертации.
2. Утверждение научного руководителя.
3. Планирование научно-исследовательской работы, включающее ознакомление с тематикой исследовательских работ в данной области, выбор темы исследования, написание реферата по избранной теме, подготовка докладов и их публичное представление.
4. Утверждение плана магистерской диссертации.
5. Составление библиографического списка по теме исследования.
6. Сбор и систематизация теоретических и методических материалов по теме исследования.
7. Проведение научно-исследовательской работы.
8. Формирование фактологической и аналитической базы диссертационного исследования.
9. Разработка и предложений и обоснование рекомендаций по решению проблемы исследования.
10. Составление отчета о научно-исследовательской работе.
11. Оформление магистерской диссертации и подготовка к защите.
12. Публичная защита выполненной работы.

В вузе разработаны рекомендации по проведению научно-исследовательской работы магистров (Приложение 5).

4.5. Матрица соотнесения распределения компетенций по всем учебным дисциплинам и практикам учебного плана

	тельности												
М2.В.ОД.5	Поведение потребителей на рынках инновационных товаров и услуг	ОК-4	ПК-2	ПК-11									
М2.В.ОД.6	Коммерциализация наукоемких и высокотехнологичных продуктов	ОК-1	ОК-6	ОК-7	ОК-1	ОК-6	ОК-7	ОК-1	ПК-8	ПК-9	ПК-10	ПК-12	
М2.В.ОД.7	Стратегический и операционный маркетинг	ОК-4	ПК-2	ПК-4	ПК-7								
М2.В.ОД.8	Управление взаимоотношениями с потребителями	ПК-1	ПК-2	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-11	ПК-12					
М2.В.ДВ.1.1	Системный подход к организации	ОК-4	ПК-1	ПК-2	ПК-4	ПК-5	ПК-7						
М2.В.ДВ.1.2	Операционный менеджмент	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-6	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-8	ПК-9
М2.В.ДВ.2.1	Управленческое и маркетинговое консультирование	ПК-2	ПК-7	ПК-12									
М2.В.ДВ.2.2	Трансфер технологий	ОК-4	ПК-2	ПК-11	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10	ПК-12		
М2.В.ДВ.3.1	Бренд-менеджмент	ОК-1	ОК-6	ОК-7	ОК-8	ПК-2	ПК-4	ПК-8	ПК-9	ПК-11	ПК-14		
М2.В.ДВ.3.2	Реклама и PR инновационной продукции	ОК-1	ОК-3	ОК-4	ОК-6	ПК-4	ПК-8	ПК-11	ПК-12				
М2.В.ДВ.4.1	Информационные системы в маркетинговой деятельности	ПК-6	ПК-8										
М2.В.ДВ.4.2	Управление продажами новых товаров	ОК-3	ОК-4	ОК-6	ПК-1	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8			
М3	Практики, НИР	ПК-9	ПК-10	ПК-11	ПК-12	ПК-13	ПК-14						
М3.Н	Научно-исследовательская работа	ПК-9	ПК-10	ПК-11									
М3.П	Производственная практика												
	педагогическая	ПК-13	ПК-14										
	организационно-управленческая	ПК-10	ПК-11	ПК-12									
	научно-исследовательская	ПК-9	ПК-10	ПК-11	ПК-12								
М4	Итоговая государственная аттестация	ОК-3	ОК-6	ОК-9	ПК-10	ПК-11	ПК-12						

5. Ресурсное обеспечение программы подготовки магистров «Интегрированные системы менеджмента» по направлению «Управление качеством»

Ресурсное обеспечение данной ООП сформировано на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ магистратуры, определенных ФГОС ВО по данному направлению. Кадровое, информационно-методическое, материальное и финансовое обеспечение в целом соответствует требованиям ФГОС ВО.

5.1. Кадровое обеспечение

Реализация ООП магистратуры обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и ученую степень или опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере и систематически занимающимися научно-методической деятельностью. Доля преподавателей, имеющих ученую степень в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс составляет 100 %. Ученую степень доктора наук или ученое звание профессора имеют 18,5% преподавателей. Общее руководство научным содержанием и образовательной частью ООП магистратуры осуществляется штатным научно-педагогическим работником вуза, имеющим ученую степень доктора наук и ученое звание профессора соответствующего профиля, стаж работы в образовательных учреждениях высшего профессионального образования составляет более 35 лет.

Преподаватели, обеспечивающие реализацию магистерской программы, регулярно ведут самостоятельные исследовательские проекты и участвуют в исследовательских проектах, имеют публикации в отечественных научных журналах, трудах национальных и международных конференций по профилю, регулярно проходят повышение квалификации.

5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение

Основная образовательная программа подготовки магистров по направлению «Менеджмент» профиль «Маркетинг в инновационной сфере» обеспе-

чена учебно-методическими материалами по всем учебным курсам. Содержание каждой из учебных дисциплин представлено в сети Интернет на сайте ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва». Внеаудиторная работа студентов осуществляется в соответствии с разработанным методическим обеспечением и учетом времени, необходимого для её выполнения.

Обеспечен доступ к электронно-библиотечной системе (он-лайн библиотеке) университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы. Обеспечена возможность осуществления одновременного доступа к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) не менее 25% обучающихся по основной образовательной программе подготовки магистров по направлению «Менеджмент» профиль «Маркетинг в инновационной сфере».

Библиотека ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва» обеспечивает широкий доступ обучающихся к отечественным и зарубежным периодическим изданиям, профессиональным базам данных, правовым системам «Консультант Плюс», «Гарант».

5.3. Материально-техническое обеспечение

Материально-техническая база обеспечивается наличием:

– зданий и помещений, находящихся у Университета на правах оперативного управления, аренды, оформленных в соответствии с действующими требованиями. Обеспеченность одного обучающегося, приведенного к очной форме обучения, общими учебными площадями, не ниже нормативного критерия;

– вычислительного телекоммуникационного оборудования и программных средств, необходимых для реализации ООП с учетом профиля и обеспечения физического доступа к информационным сетям, используемым в образовательном процессе и научно-исследовательской деятельности. Все компьютеры

факультета объединены в университетскую компьютерную сеть и подключены к системе Интернет;

- других материально-технических ресурсов.

6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций магистров

В Мордовском государственном университете создана социокультурная среда, способствующая удовлетворению интересов и потребностей студентов, развитию личности, имеющая гуманистическую направленность и соответствующая требованиям цивилизованного общества к условиям обучения и жизнедеятельности студентов в вузах, принципам гуманизации российского общества, гуманитаризации высшего образования и компетентностной модели современного специалиста высшей квалификации. Она представляет собой пространство совместной жизнедеятельности студентов, преподавателей, сотрудников, структура которого обусловлена особенностями Вуза в обеспечении выбора ценностей, освоения культуры, жизненных смыслов, способов культурной самореализации, раскрытия индивидуальных ресурсов личности.

Характеристиками социокультурной среды вуза, обеспечивающими развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников, выступают: целостность учебно-воспитательного процесса, организация социально-воспитательной деятельности, нормативная база для управления социально-воспитательной деятельностью, социальная инфраструктура вуза, социальная поддержка студентов, научно-исследовательская работа студентов, внеучебная деятельность студентов, спортивная и физкультурно-оздоровительная работа, взаимодействие субъектов социокультурной среды вуза, деятельность органов студенческого самоуправления, информационное обеспечение социально-воспитательного процесса, взаимодействие среды вуза и «внешней среды».

В Университете реализуется целостная молодежная политика, выработаны принципы ее реализации:

- проектный подход;

- вариативность технологий обучения и воспитания с использованием тренингов, деловых игр, активных форм обучения и иных инновационных методик;
- учет интересов и потребностей всех групп молодежи в вузе на разных ступенях образования;
- приоритетное участие студентов в разработке и реализации молодежных проектов университета, в том числе международного характера, студенческом самоуправлении;
- взаимодействие представителей государственных органов, бизнеса, кооперативных организаций России, институтов гражданского общества;
- информационная открытость;
- измеримость результатов реализации проектов и независимость их оценки.

Воспитательная работа осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации, нормативными документами Министерства образования и науки Российской Федерации. В основе организации воспитательной работы находится принцип научного подхода к воспитанию молодежи по ведущим направлениям:

- профессионально-трудовое, в рамках которого организуются презентации специальностей, круглые столы, диспуты, олимпиады, деловые игры, профессиональные конкурсы, направленные на развитие интереса к избранной профессии и профессиональных качеств.
- духовно-нравственное, в рамках которого проводятся круглые столы, конкурсы; проблемы нравственности широко обсуждаются в рамках работы студенческих дискуссионных клубов, научно-практических конференций. Важное внимание уделяется развитию нравственных основ профессиональной и образовательной деятельности.
- гражданско-патриотическое, которое направлено на активизацию работы в музее, организацию работы с ветеранами, проведение праздничных мероприятий, сбор материалов по истории Великой Отечественной войны.

– культурно-эстетическое, которое осуществляется через организацию работы студенческих клубов, проведение праздников и конкурсов, участие во всероссийских мероприятиях.

– спортивно-оздоровительное, которое направлено на активизацию работы спортивных секций, проведение студенческой универсиады и др.

В основу воспитательного пространства Мордовского государственного университета положена управленческая триада: управление – соуправление – самоуправление.

Управление предполагает целеустремленную деятельность субъектов управления, направленную на обеспечение оптимального функционирования воспитательной системы вуза и ее развитие. Субъекты управления могут быть коллективными и индивидуальными – прежде всего, это руководители вуза.

Система соуправления предполагает участие в выработке и принятии решений, связанных с организацией воспитательного пространства, представителей всех групп вузовского коллектива (администрации, педагогов, студентов).

Самоуправление передает в руки педагогов, студентов, их органов и организаций ряд функций по организации и управлению воспитательной деятельностью вуза.

Элементы представленной триады способствуют развитию социальной активности студентов и преподавателей, формируют гражданственность, ответственность и приводят к максимально возможным, оптимальным результатам личностного становления участников.

Таким образом, равноправными субъектами воспитательного пространства Мордовского государственного университета являются администрация, научно-педагогические работники, сотрудники, студенты.

Студенческое самоуправление в вузе рассматривается как:

– условие реализации творческой активности и самостоятельности в учебно-познавательном, научно-профессиональном и культурном отношении;

– реальная форма студенческой демократии с соответствующими правами, возможностями и ответственностью;

– средство (ресурс) социально-правовой самозащиты.

Основными направлениями работы студенческого самоуправления в вузе являются: развитие инициативности; формирование способностей к саморазвитию; создание условий, способствующих укреплению коллектива студентов; формирование навыков самостоятельной работы; помощь в профессиональном самоопределении студентов в современных условиях; изучение проблем студенчества и организация консультационной помощи; создание максимально приемлемых условий для реализации студентами своих возможностей (увеличение стимулов и качественной мотивации к творческим делам); более четкая организация работы самоуправления через взаимодействие с другими структурами воспитательного уровня.

Деятельность всех органов студенческого самоуправления направлена на содействие повышения успеваемости и укрепления учебной дисциплины студентов, реализацию из профессиональных и социальных интересов, творческого потенциала и общественно-значимых инициатив, на демократизацию внутривузовской жизни, формирование активной жизненной позиции студентов, создание благоприятного социально-психологического климата в студенческой среде.

Одной из главных задач социально-воспитательной работы в вузе является реализация социально-воспитательных целей в совместной учебной, научной, общественной деятельности студентов, преподавателей и сотрудников, формирование и развитие таких качеств, способностей, знаний, умений и навыков, которые сделают выпускника конкурентоспособным на рынке труда, помогут ему в решении профессиональных задач и самореализации как специалиста и личности.

В университете выстроена многоуровневая структура организации социально-воспитательной работы: вуз – факультеты – кафедры – академические группы – органы студенческого самоуправления.

На каждый учебный год разрабатываются планы воспитательной работы вуза, планы воспитательной работы факультетов, внеучебных подразделений, кураторов студенческих групп.

Основными направлениями воспитания студентов вуза являются: общекультурное воспитание; патриотическое и нравственное воспитание. Эти направления реализуются через следующие формы и виды социально-воспитательной работы: учебно-методическая работа (семинары кураторов, школа первокурсника, учеба студенческого актива); социальная работа (стипендиальное обеспечение, социальные выплаты, оздоровление студентов, материальная поддержка студентов); спортивно-оздоровительная работа; работа по формированию активной гражданской позиции (организация круглых столов, дебатов, встреч; участие студентов в городских, областных и федеральных мероприятиях и проектах, организация взаимодействия с комитетом по делам молодежи администрации города); реализация студенческого самоуправления; культурно-досуговая работа и др.

В социальную инфраструктуру вуза входят объекты: студенческие общежития, студенческая поликлиника, санаторий-профилакторий, студенческий комбинат «Молодежный», спортивные сооружения, спортивный клуб «Огаревец», конференц-залы.

Немаловажной функцией гуманитаризации образования является исследовательская, предусматривающая развитие психологических основ творческой личности, гуманности решения исследовательских задач, внедрения результатов свободной поисковой деятельности. Научно-исследовательская работа студентов включает следующие формы: конкурсы научных работ студентов; студенческие научные конференции; научные чтения; выставки научного и научно-технического творчества студентов; олимпиады; публикации результатов исследований; комплексные мероприятия. На экономическом факультете создан молодежный инновационный центр «Эксперт Плюс», действует студенческое научное общество «Эфида».

В вузе сложилась система внеучебной общекультурной работы, способствующая выявлению талантливых студентов, развитию их творческих способностей, обеспечению условий для самовыражения и самореализации, развитию творческой инициативы: организация и проведение традиционных общеуниверситетских мероприятий; участие студентов и преподавателей в фестивалях и творческих конкурсах различных уровней; развитие творческих коллективов; изучение талантов, способностей и интересов студентов, их включение в творческие коллективы вуза; развитие вузовского движения КВН; поиск новых, активных форм организации досуга, соответствующих интересам студенческой молодежи; организация посещения музеев, театров, кинотеатров; участие в культурно-досуговой жизни города, региона.

Система спортивной и физкультурно-оздоровительной работы включает: организацию работы спортивных и оздоровительных секций, контроль за внеучебной занятостью спортивных залов вуза; организацию спортивных праздников университета; представительства вуза в городских и областных мероприятиях спортивно-массовой направленности; проведение спартакиад, спортивных соревнований среди участников спортивных секций; совместно с руководителями подразделений проведение соревнований среди студентов и преподавателей по игровым видам спорта; курирование мероприятий спортивно-туристской направленности; проведение разъяснительно-пропагандистской работы среди студенческой молодежи о здоровом образе жизни

Роль общественных организаций в проведении социально-воспитательной работы в вузе представлена деятельностью первичной профсоюзной организации преподавателей, сотрудников и студентов, работой студенческих клубов, союзов, творческих коллективов, студенческих советов.

Советы студенческого самоуправления факультетов руководят различными направлениями деятельности: участием в организации и управлении учебно-воспитательным процессом; представлением интересов студентов на всех уровнях; разработкой и реализацией собственных социально значимых

программ и поддержкой студенческих инициатив; организацией досуга, отдыха и оздоровления студентов.

Студенты участвуют в процессе управления вузом: являются членами ученого совета университета, институтов и факультетов.

С целью быстрой адаптации студента к внешней среде, социализации выпускника происходит интегрирование общекультурной среды вуза и «внешней среды» (города, региона). Политика вуза такова: дать возможность студентам активно участвовать в социокультурной жизни города, страны. С этой целью студенты вуза направляются для участия в научных конференциях, олимпиадах, конкурсах, фестивалях во многие города России.

Успешной социализации обучающихся вуза способствует деятельность студентов педагогических отрядов, которые ежегодно работают в летнее время в детских оздоровительных лагерях РМ и России и в течение года ведет активную культурно-массовую и социальную работу.

Вуз реализует свою основную задачу – обеспечение образовательных учреждений, предприятий и организаций региона и России квалифицированными кадрами педагогических и экономических специальностей через системную работу по следующим направлениям: довузовская подготовка; профориентационная работа; подготовка специалистов на условиях целевой контрактной подготовки; создание банка данных о выпускниках вуза, а также банка вакансий; сбор, обобщение, анализ и предоставление студентам информации о кадровых предпочтениях и требованиях, предъявляемых к соискателю рабочего места; сотрудничество с предприятиями и организациями, выступающими в качестве работодателей; предоставление потенциальным работодателям информационных услуг по подбору необходимых сотрудников из числа студентов и выпускников; организация временной занятости студентов института. В вузе действует отдел содействия трудоустройству выпускников, которым проводится работа, направленная на профориентацию и содействие трудоустройству выпускников: создан банк данных о выпускниках университета, а также банк вакансий, предлагаемых работодателями по соответствующим специальностям.

Организуются встречи с руководителями служб ведущих предприятий и организаций республики.

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися магистерской программы «Маркетинг в инновационной сфере» по направлению подготовки «Менеджмент»

В соответствии с ФГОС ВПО магистратуры по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» и Типовым положением о вузе оценка качества освоения обучающимися основных образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и итоговую государственную аттестацию обучающихся.

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ООП магистратуры осуществляется в соответствии с Типовым положением о вузе.

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

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ООП выпускающая кафедра совместно с другими кафедрами вуза создает фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Эти 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, рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся. Тематика курсовых работ и магистерских диссертаций ориентирована на практическую деятельность и связана с решением конкретных задач совершенствования производства и новых технологий с фундаментальными исследованиями, проводимыми на кафедрах. Качество магистерских диссертаций выпускников оценивается ГАК, в состав которой входят представители работодателей.

Используемые в учебном процессе активные, интерактивные и другие инновационные формы проведения занятий, способствующие формированию общекультурных и профессиональных компетенций выпускников магистерской программы «Маркетинг в инновационной сфере» по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Перечень используемых в учебном процессе активных, интерактивных и других инновационных форм проведения занятий

<i>Формы проведения занятий</i>	<i>Коды сформированных компетенций</i>
<i>Дискуссии</i>	<i>ОК-2, ОК-6, ПК-10,</i>
<i>Компьютерные симуляции</i>	<i>ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-11</i>
<i>Интерактивные лекции</i>	<i>ОК-3, ПК-9, ПК-12,</i>
<i>Деловые игры</i>	<i>ОК-4, ПК-1, ПК-2, ПК-5,</i>
<i>Разбор конкретных ситуаций (кейсов) с заданиями, способствующими развитию профессиональных компетенций</i>	<i>ОК-4, ОК-6, ПК-1, ПК-2, ПК-5, ПК-</i>
<i>Игровые тренинги</i>	<i>ОК-4, ПК-1, ПК-2,</i>
<i>Групповые дискуссии</i>	<i>ОК-6, ПК-9, ПК-10</i>
<i>Обсуждение результатов научно-исследовательской работы</i>	<i>ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12,</i>
<i>Участие в вузовских и межвузовских конференциях</i>	<i>ОК-6, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12</i>

7.2. Итоговая государственная аттестация выпускников магистерской программы

Итоговая государственная аттестация выпускника магистратуры включает защиту магистерской выпускной квалификационной работы.

В вузе разработаны и утверждены требования к содержанию, объему и структуре выпускных квалификационных работ – магистерских диссертаций, а также рекомендованные тематики магистерских работ; оценочные средства (вопросы, задания и т.п.), используемые на защите.

7.2.1. Требования к выпускной квалификационной работе

Выпускная квалификационная работа в соответствии с магистерской программой выполняется в виде магистерской диссертации в период прохождения

обучаемыми практики и выполнения ими научно-исследовательской работы. Написание и защита магистерской диссертации представляет собой отдельный этап работы соискателя степени «магистр» в рамках ООП.

Магистерская диссертация является итоговой выпускной работой обучающегося по направлению подготовки 080200 «Менеджмент»

Магистерская диссертация представляет собой самостоятельную и логически завершенную выпускную квалификационную работу, связанную с решением задач того вида (видов) деятельности, к которой готовится студент (научно-исследовательской, педагогической, организационно-управленческой, аналитической). Она обязана, как правило, носить научно-практический характер, демонстрирующий способности и возможности обучаемого в области проведения самостоятельных организационно-практических, аналитических, научно-исследовательских работ, направленных на решение конкретной практической, научно-практической или научно-исследовательской задачи или проблемы для конкретного объекта управления.

Цель магистерской диссертации – подведение итогов теоретического и практического обучения слушателя, итоговая демонстрация его готовности к предстоящей профессиональной деятельности в области управления организацией, осуществляющей научно-исследовательскую и инновационную деятельность, планирования, контроля, аналитической работы организации и эффективного использования её результатов в оперативной, текущей и стратегической деятельности.

Основными задачами магистерской диссертации являются демонстрация соискателем степени «магистр» общекультурных, профессиональных и научно-исследовательских компетенций, заявленных в рамках ФГОС ВПО и обязательных при реализации основных образовательных программ магистратуры по направлению подготовки 080200 «Менеджмент». Кроме этого она, предполагает демонстрацию соискателем специфики реализации программы подготовки «Маркетинг в инновационной сфере».

7.2.2. Требования к итоговому государственному экзамену

Качество уровня профессиональной подготовки выпускников по направлению подготовки «Менеджмент» - 080200, программа «Маркетинг в инновационной сфере» в требованиях ФГОС ВПО устанавливается через итоговую государственную аттестацию, включает сдачу государственного экзамена по направлению подготовки и защиту магистерской диссертации.

Программа государственного экзамена разрабатывается вузами самостоятельно. Для объективной оценки компетенций выпускника тематика экзаменационных вопросов и заданий должна быть комплексной и соответствовать избранным разделам из различных учебных циклов, формирующих конкретные компетенции.

8. Участие работодателей при разработке и реализации ООП

При разработке ООП по направлению 080200 «Менеджмент» магистерской программы «Маркетинг в инновационной сфере» приняли участие представители высокотехнологичного сектора экономики Республики Мордовия (инновационные предприятия региона, ОАО «Технопарк» РМ, ООО «Центр нанотехнологий и наноматериалов РМ», Мордовский центр научно-технической информации – филиал ФГБУ «РЭА» Минэнерго России, «Ростелеком – Волга» филиал в РМ), а также Центра Трансфера Технологий НИ МГУ им. Н. П. Огарева и Аппарата Полномочного Представителя Президента РФ в ПФО.

При реализации основной образовательной программы предусмотрены следующие формы участия работодателей в учебном процессе:

- чтение общих и специальных курсов;
- проведение тренингов и мастер-классов;
- предоставление базы практик;
- руководство курсовыми работами;
- руководство выпускными квалификационными работами;
- участие в ГАК.