

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
ФГБОУ ВО «ВГСПУ»

«УТВЕРЖДАЮ»
Проректор по учебной работе
Ю. А. Жадаев
« 29 » 2016 г.






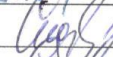

**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Направление 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Маркетинг»

заочная форма обучения

Квалификация (степень) выпускника: Бакалавр

	Должность	Ф. И. О.	Подпись	Дата
Разработано	Доцент	Наумова Е.Ю.		29.08.16
	Доцент	Гомаюнова Т.М.		29.08.16
	Доцент	Латышев Д.В.		29.08.16
Согласовано	Руководитель ОПОП	Сидунова Г.И.		29.08.16
	Декан факультета	Сидунова Г.И.		29.08.16

Программа ГИА рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета
управления и экономико-технологического образования

«29» августа 2016 г., протокол № 1

Программа ГИА внесена в реестр «25» 08 2016 г., № 1152-15/2016

Начальник учебного управления Голов С.В. Голов «25» 08 2016 г.
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»

«29» августа 2016 г., протокол № 1

Отметки о внесении изменений

Лист изменений № <u>1</u>	<u>Сидорова</u> (подпись)	<u>Сидорова С.М.</u> (руководитель ОПОП)	<u>19.06.17г.</u> (дата)
Лист изменений № _____	_____	_____	_____
Лист изменений № _____	_____	_____	_____

1. Общие положения

Целью государственной итоговой аттестации является установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников образовательной программы высшего образования требованиям ФГОС ВО по определенному направлению подготовки, разработанной в ФГБОУ ВО «ВГСПУ» с учётом ее профиля/программы – ориентации на конкретные области знания и/ или виды профессиональной деятельности выпускника. Успешное прохождение государственной итоговой аттестации является основанием для выдачи выпускнику документа о высшем образовании и о квалификации образца, установленного Министерством образования и науки Российской Федерации.

Для проведения государственной итоговой аттестации и проведения апелляций по результатам государственной итоговой аттестации создаются государственные экзаменационные комиссии и апелляционные комиссии, действующие в течение календарного года. Составы комиссий утверждаются не позднее, чем за 1 месяц до даты начала государственной итоговой аттестации.

1.1. Государственная итоговая аттестация по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профилю «Маркетинг» включает:

- междисциплинарный государственный экзамен по профилю «Маркетинг»;
- защиту выпускной квалификационной работы.

1.2. Виды профессиональной деятельности выпускников и соответствующие им профессиональные задачи.

1.2.1. Виды профессиональной деятельности выпускников.

Образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профилю «Маркетинг» предусматривается подготовка выпускника к следующим видам профессиональной деятельности:

- организационно-управленческая;
- предпринимательская.

1.2.2. Профессиональные задачи:

Выпускник, освоивший основную профессиональную образовательную программу с учетом её направленности, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

организационно-управленческая:

- участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);
- участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;
- планирование деятельности организации и подразделений;
- формирование организационной и управленческой структуры организаций;
- организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;
- разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);
- контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;

- мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;
- участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы);

предпринимательская:

- разработка и реализация бизнес-планов создания нового бизнеса;
- организация и ведение предпринимательской деятельности.

1.3. Требования к результатам освоения образовательной программы.

1.3.1. Выпускник должен обладать следующими общекультурными (ОК), общепрофессиональными (ОПК), профессиональными (ПК) и специальными (СК) компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7);
- способностью использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-8);
- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способностью 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 (ОПК-3);
- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной

безопасности (ОПК-7);

– владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);

– владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде (ПК-2);

– владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);

– умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-4);

– способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);

– способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);

– владением 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 (ПК-7);

– владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8);

– способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);

– владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18);

– владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19);

– владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур (ПК-20);

– готовностью использовать систематизированные теоретические и практические знания в области маркетинга для осуществления профессиональной деятельности (СК-1).

2. Требования к выпускнику, проверяемые в ходе государственного экзамена

В рамках проведения государственного экзамена проверяется степень освоения выпускником следующих компетенций:

– владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);

- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способностью 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 (ОПК-3);
- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7);
- владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);
- владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде (ПК-2);
- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-4);
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);
- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- владением 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 (ПК-7);
- владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);

- владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18);
- владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19);
- владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур (ПК-20);
- готовностью использовать систематизированные теоретические и практические знания в области маркетинга для осуществления профессиональной деятельности (СК-1).

3. Процедура проведения государственного экзамена

Государственный экзамен проводится по нескольким дисциплинам образовательной программы, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников.

В состав государственной экзаменационной комиссии входят председатель указанной комиссии и не менее 4 членов указанной комиссии. Члены государственной экзаменационной комиссии являются ведущими специалистами – представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности и (или) лицами, которые относятся к профессорско-преподавательскому составу данной организации (иных организаций) и (или) к научным работникам данной организации (иных организаций) и имеют ученое звание и (или) ученую степень. Доля лиц, являющихся ведущими специалистами – представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности (включая председателя государственной экзаменационной комиссии), в общем числе лиц, входящих в состав государственной экзаменационной комиссии, должна составлять не менее 50 процентов.

Председатель государственной экзаменационной комиссии утверждается из числа лиц, не работающих в данной организации, имеющих ученую степень доктора наук и (или) ученое звание профессора либо являющихся ведущими специалистами – представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности.

Студентам выпускного курса создаются необходимые условия для подготовки к государственному экзамену, проводятся обязательные консультации по вопросам, включенным в программу государственного экзамена в объёме до 2 академических часов на группу.

Перечень вопросов и заданий, выносимых для проверки на государственном экзамене, доводится до сведения обучающихся выпускного курса не позднее, чем за 6 месяцев до даты экзамена.

Экзамен проводится в устной форме по теоретическим вопросам и практическим заданиям. Экзаменационный билет содержит 2 теоретических вопроса и 1 практическое задание.

Билет на экзамене выбирается случайным образом. Время для подготовки к ответу – 90 мин.

На экзамене допускается использование справочной и методической литературы:

- 1) толковые и терминологические словари;
- 2) государственные образовательные стандарты, федеральные государственные образовательные стандарты по предмету, примерные программы по предмету.

Кроме того, студент может воспользоваться следующими техническими и аудиовизуальными средствами, необходимыми для качественного выполнения задания:

ноутбук или компьютер (без выхода в сеть Интернет), принтер, ксерокс, мультимедийный проектор.

Студентам и лицам, привлекаемым к итоговой государственной аттестации, во время государственного экзамена запрещается иметь при себе и использовать средства связи.

Студентам выдаются проштампованные чистые листы, на которых они должны изложить ответы на вопросы и задания билета. Каждый лист подписывается экзаменуемым студентом и по окончании ответа сдается техническому секретарю.

Проведение экзамена предполагает выступление студента перед государственной экзаменационной комиссией в течение 15-20 минут по вопросам и заданиям, сформулированным в билете. Ответы студента слушаются всеми членами экзаменационной комиссии.

Экзаменаторам предоставляется право задавать студентам дополнительные вопросы в соответствии с утвержденной программой (в целом время ответа выпускника должно составлять не более 0,5 академического часа).

При подготовке к ответу на государственном экзамене каждый экзаменуемый должен располагаться в аудитории за отдельным столом.

Присутствие посторонних лиц на государственных экзаменах допускается только с разрешения ректора ФГБОУ ВО «ВГСПУ».

Результаты государственного экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются публично в тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседания комиссии. Оценка вносится в зачетную книжку, экзаменационную ведомость и протокол заседания государственной экзаменационной комиссии.

По результатам государственного экзамена обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры проведения государственного аттестационного испытания и (или) несогласии с результатами государственного экзамена.

Повторное проведение государственного экзамена осуществляется в присутствии одного из членов апелляционной комиссии не позднее 15 июля.

4. Перечень дисциплин образовательной программы, выносимых для проверки на государственном экзамене

1. Теория менеджмента;
2. Методы принятия управленческих решений;
3. Маркетинг;
4. Управление человеческими ресурсами;
5. Стратегический менеджмент;
6. Деловые коммуникации;
7. Инновационное развитие бизнеса;
8. Реклама;
9. Маркетинг услуг;
10. Маркетинговые исследования;
11. Анализ поведения потребителей;
12. Управление продуктом;
13. Управление предпринимательскими проектами;
14. Маркетинг интеллектуальных продуктов;
15. Финансовый менеджмент.

5. Перечень экзаменационных вопросов и заданий государственного экзамена

5.1. Экзаменационные вопросы

Перечень экзаменационных вопросов представлен в Приложении 1 данной программы.

5.2. Экзаменационные практические задания

Перечень экзаменационных практических заданий представлен в Приложении 2 данной программы.

6. Общие рекомендации по подготовке к государственному экзамену

Студенту необходимо самостоятельно обобщить и систематизировать полученные ранее знания, умения, приобретенный опыт, характеризующие его практическую и теоретическую подготовленность по тематике вопросов и заданий, содержание которых составляет предмет государственного экзамена и соответствует требованиям по готовности к видам профессиональной деятельности, решению профессиональных задач и освоению компетенций, перечисленных в п. 2 настоящей программы.

При подготовке к экзамену студенту необходимо:

- проанализировать предложенную основную и дополнительную литературу, тексты лекций по дисциплинам, выносимым на государственный экзамен, и выбрать материал, который может составить содержание ответа;
- структурировать выбранный материал и подготовить план ответа на вопрос;
- проработать содержание каждого из пунктов плана, выбрать основные понятия и ключевые теоремы, подготовить их доказательство,
- систематизировать материал по методам решения типовых задач по указанным в программе темам.

7. Рекомендуемая литература

7.1. Основная литература

1. Беляев Ю.М. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Беляев Ю.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 220 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60410>.— ЭБС «IPRbooks».
2. Блинов А.О. Теория менеджмента [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Блинов А.О., Угрюмова Н.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 304 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60524>.— ЭБС «IPRbooks».

3. Брайан Гарнер Эффективные письменные деловые коммуникации [Электронный ресурс]/ Брайан Гарнер— Электрон. текстовые данные.— М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.— 195 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39478>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
4. Дональд Р. Леманн Управление продуктом [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Коммерция», «Менеджмент»/ Дональд Р. Леманн, Рассел С. Винер— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 719 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34441>.— ЭБС «IPRbooks».
5. Меликян О.М. Поведение потребителей [Электронный ресурс]: учебник/ Меликян О.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 280 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59953>.— ЭБС «IPRbooks».
6. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник/ Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 538 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10948>.— ЭБС «IPRbooks».
7. Панов А.И. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению (080100) «Экономика и управление»/ Панов А.И., Коробейников И.О., Панов В.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 302 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8582>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
8. Прытков Р.М. Управление человеческими ресурсами [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Прытков Р.М.— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015.— 196 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54170.html>.— ЭБС «IPRbooks».
9. Сафронова Н.Б. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 296 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10939>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
10. Синенко С.А. Управление проектами [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие/ Синенко С.А., Славин А.М., Жадановский Б.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский государственный строительный университет, Ай Пи Эр Медиа, ЭБС АСВ, 2015.— 181 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/40574>.— ЭБС «IPRbooks».
11. Синяева И.М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс]: учебник/ Синяева И.М., Романенкова О.Н., Синяев В.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 252 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17586>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
12. Сычев А.Н. Защита интеллектуальной собственности и патентование [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Сычев А.Н.— Электрон. текстовые данные.— Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, Эль Контент, 2012.— 160 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/13880>.— ЭБС «IPRbooks».
13. Турманидзе Т.У. Финансовый менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям/ Турманидзе Т.У., Эриашвили Н.Д.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 247 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34529>.— ЭБС «IPRbooks».
14. Цахаев Р.К. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 550 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14063>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
15. Юкаева В.С. Принятие управленческих решений [Электронный ресурс]: учебник/ Юкаева В.С., Зубарева Е.В., Чувикова В.В.— Электрон. текстовые данные.— М.:

Дашков и К, 2016.— 324 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60493>.— ЭБС «IPRbooks».

7.2. Дополнительная литература

1. Беляев В. И. Маркетинг : основы теории и практики [Текст] : учебник для студентов вузов. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : КноРус, 2010. - 676 с. - Прил.: с. 652-671. - Библиогр.: с. 672-676. - ISBN 978-5-406-00156-1; 41 экз. : 322-00.
2. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование. Информация, анализ, прогноз [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Беляевский И.К.— Электрон. текстовые данные.— М.: Финансы и статистика, 2014.— 320 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/18814>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
3. Годин А.М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Годин А.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 656 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10938>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
4. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для магистров, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент»/ В.Я. Горфинкель [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.— 391 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20958>.— ЭБС «IPRbooks».
5. Кузнецов Б.Т. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Кузнецов Б.Т.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 624 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10511>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
6. Курганская М.Я. Деловые коммуникации [Электронный ресурс]: курс лекций/ Курганская М.Я.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский гуманитарный университет, 2013.— 121 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22455>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
7. Литвак Б.Г. Управленческие решения [Электронный ресурс]: учебник/ Литвак Б.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012.— 512 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17052>.— ЭБС
8. Маслова Е.Л. Теория менеджмента [Электронный ресурс]: практикум для бакалавров/ Маслова Е.Л.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 160 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52272>.— ЭБС «IPRbooks».
9. Накарякова В.И. Управление человеческими ресурсами [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Накарякова В.И.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 275 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/50626.html>.— ЭБС «IPRbooks».
10. Резепова В.Е. Право интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Резепова В.Е.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2009.— 89 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1463>.— ЭБС «IPRbooks».
11. Селезнева Н.Н. Финансовый анализ. Управление финансами [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Селезнева Н.Н., Ионова А.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 639 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/12858>.— ЭБС «IPRbooks».
12. Титова В.А. Управление поведением потребителей [Электронный ресурс]: учебник/ Титова В.А., Глебова Д.В., Титова Т.В.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2013.— 387 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/45051>.— ЭБС «IPRbooks».
13. Управление проектами [Электронный ресурс]: практикум/ Ю.Ю. Костюхин [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Издательский Дом МИСиС, 2015.— 99 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57267>.— ЭБС «IPRbooks».

14. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов/ Чумиков А.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2016.— 160 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57080>.— ЭБС «IPRbooks».
15. Эриашвили Н.Д. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Эриашвили Н.Д., Коротков А.В., Синяева И.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 463 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10488>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

8. Требования к выпускнику, проверяемые в ходе подготовки и защиты выпускной квалификационной работы

По итогам подготовки и защиты выпускной квалификационной работы проверяется степень освоения выпускником следующих компетенций:

- владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);
- способностью 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 (ОПК-3);
- способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);
- владением навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5);
- владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7);
- владением навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);
- владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде (ПК-2);
- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-4);

- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);
- способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);
- владением 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 (ПК-7);
- владением навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8);
- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);
- владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18);
- владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19);
- владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур (ПК-20);
- готовностью использовать систематизированные теоретические и практические знания в области маркетинга для осуществления профессиональной деятельности (СК-1).

9. Вид выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа выполняется в форме, соответствующей требованиям образовательного стандарта высшего образования – бакалаврской работы.

ВКР бакалавра должна представлять собой профессионально направленную самостоятельно выполненную законченную разработку в форме рукописи (теоретического, экспериментального или творческого характера) по конкретной теме, связанной с будущей квалификацией бакалавра.

ВКР бакалавра должна подтверждать способность автора к самостоятельной работе на основе приобретённых теоретических знаний, практических навыков и освоенных методов научного исследования в конкретной профессиональной области.

Бакалаврская работа может основываться на обобщении выполненных курсовых работ и проектов по общепрофессиональным и специальным дисциплинам направления подготовки.

10. Структура выпускной квалификационной работы и требования к её содержанию

ВКР является обязательной формой государственной (итоговой) аттестации лиц, завершающих освоение образовательных программ основных уровней высшего образования.

ВКР может иметь теоретический, прикладной, теоретико-прикладной и творческий характер и должна отражать в себе научно-теоретические или научно-методические аспекты специальности.

Структура ВКР

1. Введение

Во введении отражаются следующие основные моменты:

– Актуальность темы – это определение существа важности исследуемой проблемы.

Студент-выпускник должен кратко обосновать причины выбора именно данной темы, охарактеризовать особенности современного состояния управления, права и других общественных явлений, которые актуализируют выбор темы.

– Степень разработанности проблемы.

Здесь дается краткий обзор литературы по теме ВКР, критический анализ того, что уже нашло отражение в специальной литературе. На основании анализа делаются следующие выводы: что уже решено предшествующими исследователями; что еще недостаточно раскрыто и потому нуждается в дальнейшей разработке; что вообще, по данным исследования не получило отражения в литературе.

– Цель исследования – это мысленное предвосхищение (прогнозирование) результата, определение оптимальных путей решения задач в условиях выбора методов и приемов исследования в процессе подготовки ВКР студентом-выпускником.

В зависимости от направления ВКР целью может быть: 1) характеристика, анализ и обобщение теоретического и практического опыта (указывается предметная область); 2) обоснование содержания, форм, методов и средств обучения; 3) разработка требований, критериев чего-либо; 4) уточнение технологии формирования; 5) разработка методики реализации (применения); 6) анализ теории содержания, организационных форм и методов и др.

– Задачи исследования ВКР определяются поставленной целью и представляют собой конкретные последовательные этапы (пути) решения проблемы исследования по достижению основной цели.

Задачи формируются в виде:

- изучить...
- описать...
- уточнить и дополнить понимание...
- выявить...
- разработать... и т.д.

Задачи, количество которых, как правило, колеблется от четырех до шести, определяют содержание разделов ВКР.

– Объект исследования – процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию, которая будет исследоваться.

– Предмет исследования – это изучаемый процесс или часть системы в рамках объекта исследования. Именно на него и направлено основное внимание студента-выпускника, именно предмет исследования определяет тему ВКР, которая обозначается на титульном листе как ее заглавие.

– Методы исследования – это способы получения достоверных научных знаний, умений, практических навыков и данных в различных сферах жизнедеятельности. Метод – это совокупность приемов. Например, возможно, использовать следующие методы:

- изучение и анализ научной литературы;
- изучение и обобщение отечественной и зарубежной практики;
- моделирование, сравнение, анализ, синтез, интервьюирование и т. д.

– Структура выпускной квалификационной работы – перечисление всех основных компонентов работы (например, введение, количество глав и т. д.)

– Объем введения должен составлять около 5% от общего объема выпускной квалификационной работы.

2. Содержательная часть ВКР

Изложение материала в работе должно быть последовательным и логичным. Основу структуры составляет деление на главы и параграфы. В процессе написания ВКР следует обращать особое внимание на логические переходы от одной главы к другой, от параграфа к параграфу, а внутри параграфа - от вопроса к вопросу. В структуре главы допускается не более 2-х уровней (1-й уровень – глава (глава 3); 2-й уровень – пункт (3.2.)), более мелкая детализация не желательна.

Название глав не должно совпадать с названием ВКР (в противном случае возникает вопрос в необходимости других глав), а название параграфов – дублировать название главы.

Объем одного пункта работы (ВКР) не должен быть менее 4 страниц. В противном случае, он должен быть присоединен к другому (предыдущему или последующему) пункту или исключен из текста.

Количество глав в ВКР строго не регламентируется, но должно коррелировать с задачами исследования.

В ВКР, состоящей из двух глав, автор в одной из частей одновременно с анализом существующих проблем обосновывает направления их решения. Материал строится по следующей структуре: первая глава посвящается анализу теоретических аспектов темы; анализ проблем практики профессиональной деятельности и направления решения этих проблем излагаются во второй главе.

ВКР также может состоять из двух глав, когда исследуются два равнозначных явления. Тогда в первой главе рассматриваются теоретические и практические проблемы для первого явления, а также направления их решения, а во второй главе – те же аспекты для второго явления.

Однако структура работы может быть представлена и тремя главами, в которых будут соответственно рассмотрены теоретические, практические аспекты исследуемой темы и определены направления повышения эффективности деятельности объекта исследования.

В этом случае первая глава, как правило, является теоретической частью ВКР, в которой студент описывает состояние теории по выбранной теме, обобщает и анализирует специальную литературу по рассматриваемой проблеме, имеющиеся нормативные документы, методики и т.п. В этой главе может быть представлена эволюция развития тех теоретических положений, на которых базируется тема работы, подробно описаны и проанализированы определенные этапы.

Одной из главных целей написания первой главы является определения и формулировка теоретических и методологических основ решения проблемы, выбранной студентом в качестве темы ВКР.

Если по теме работы существуют различные позиции ученых или имеются сведения о различных способах практического решения данной проблемы, то студент должен сформулировать и обосновать свою точку зрения, которая может совпадать с чьим-то мнением или может быть оригинальной. В последнем случае обоснование должно быть развернутым, базироваться на теоретической основе и иметь практическое подтверждение в последующих главах. Оценка вариантов решения проблемы должна быть выполнена с учетом особенностей анализируемого объекта и его внешней среды.

Таким образом, первая глава служит основой для исследования фактических данных в последующих главах работы.

Во второй главе традиционно содержится аналитический обзор предмета исследования с описанием его основных параметров и характеристик (организационная форма, структура процесса, вид и масштаб деятельности, ресурсное обеспечение, факторы внутренней и внешней среды, оказывающие влияние и т.д.).

В большинстве случаев материал второй главы базируется на данных и материалах, собранных студентом на преддипломной практике (или по месту работы).

В ходе работы над второй главой необходимо выявить факторы, которые влияют на состояние изучаемого объекта (явления). Оценивая существующее состояние изучаемого

объекта, его необходимо соотносить с теми требованиями и задачами в данной области, которые являются актуальными в настоящее время. Студент должен дать оценку достигнутого уровня развития процесса (явления, системы), и возможных тенденций на ближайшее будущее.

Вторая глава, как правило, завершается общими выводами об эффективности функционирования процесса, системы или явления.

Третья глава обычно включает себя доказательства ранее выдвинутых положений и аргументацию на примере практического материала, необходимые расчеты и формулировки выводов и предложений по оптимизации исследуемых процессов и явлений.

В большинстве случаев в третьей главе рассматриваются или конкретные мероприятия, методы и способы решения проблем (задач, вопросов), указанных во второй главе и относящихся к теме ВКР, или же указываются направления и пути совершенствования, дальнейшего развития системы, процесса или явления.

Несомненным достоинством ВКР считается разработка программы внедрения предложенных рекомендаций, мероприятий и наличие оценки и анализа их эффективности и возможных рисков негативных последствий.

Каждая глава ВКР должна заканчиваться определенными выводами.

При завершении подготовки работы большое значение отводится повторному анализу и редактированию введения и заключения работы. Работа над уточнением материала, содержащегося во введении и заключении, должна идти одновременно, поскольку эти части во многом взаимосвязаны между собой: реализация содержащихся во введении цели и задач работы должны найти отражение в заключении.

Формулировки содержащихся во введении актуальности, цели и задач работы, научной новизны и практической значимости должны быть четкими и не иметь двояких толкований. Аналогичным требованиям должны соответствовать и содержащиеся в заключении выводы.

Излагать материал в ВКР следует четко, ясно, от третьего лица. В тексте ВКР могут употребляться словосочетания с местоимения («мы полагаем», «мы проанализировали», «мы изучили» и т.д.), но частое их употребление не рекомендуется. Вместо них выпускник может использовать неопределенно-личные предложения (например: «Вначале производят отбор факторов для анализа, а затем устанавливают их влияние на показатель»); формы изложения от третьего лица (например: «Автор полагает...»); предложения со страдательным залогом (например: «Разработан комплексный подход к исследованию...»).

Также текст работы должен содержать принятую научную терминологию, избегая повторений и общеизвестных положений, имеющих в учебниках и учебных пособиях. Пояснять надо только малоизвестные или разноречивые понятия, делая ссылку на авторов, высказывающих разные мнения по одному и тому же вопросу.

Изложение материала должно опираться на результаты производственной и преддипломной практик, при этом важно не просто описание, а критический анализ имеющихся данных. При изложении в квалификационной работе спорных (противоречивых) решений необходимо приводить мнения различных ученых и практиков. После этого следует обосновывать свое мнение по спорному вопросу или соглашаться с одной из уже имеющихся точек зрения, выдвигая в каждом из случаев соответствующие аргументы.

Отдельные положения ВКР должны быть проиллюстрированы цифровыми данными из справочников, монографий и других источников, и при необходимости должны быть оформлены в справочные или аналитические таблицы. При составлении аналитических таблиц используемые исходные данные выносятся в приложение к ВКР, а в тексте приводятся отдельные фрагменты, демонстрирующие суть исследования.

Таблица должна занимать не более 2 страниц. Если аналитическая таблица по размеру превышает 2 страницы, ее следует включить в приложение. В отдельных случаях можно заимствовать некоторые таблицы из литературных источников. В тексте, анализирующем или комментирующем таблицу, не следует пересказывать ее содержание, а необходимо

формулировать основной вывод, к которому подводят табличные данные, или вводить дополнительные показатели, более отчетливо характеризующие то или иное явление или его отдельные стороны.

3. Заключение

В заключении даются выводы и предложения на основе синтеза накопленной в ходе работы научной информации. Синтез – это последовательное, логически стройное изложение полученных итогов и их соотношение с общей целью и конкретными задачами, поставленными и сформулированными во введении. Именно это «новое знание» и выносится на обсуждение и оценку в процессе защиты ВКР.

Выводы в заключении не должны подменяться механическим суммированием выводов в конце глав, представляющих краткое резюме, а должно содержать то новое, существенное, что составляет итоговые результаты ВКР, которые часто оформляются в виде некоторого количества пронумерованных абзацев. Их последовательность определяется логикой построения ВКР. При этом указывается вытекающая из конечных результатов ее практическая ценность.

Заключение должно отражать результаты практической значимости исследования. В заключении дается краткий перечень наиболее значимых выводов и предложений (рекомендаций), содержатся обобщенные выводы и предложения, указание дальнейших перспектив работы над проблемой.

Каждая рекомендация, сделанная в ВКР, должна быть обоснована с позиций эффективности, целесообразности и перспектив использования в практической деятельности.

Таким образом, в заключении кратко формулируются итоги ВКР, отражающие состояние теоретической разработанности исследуемой проблемы, достигнутый уровень функционирования исследованной организации с указанием выявленных недостатков; а также описываются основные мероприятия внедрения рекомендаций.

4. Список использованных источников и литературы

Список использованных источников и литературы должен содержать более 20 наименований и составляется в соответствии с требованиями к оформлению библиографии.

5. Приложения

В приложениях приводятся расчетные материалы; таблицы, занимающие более 2 страниц; а также другие материалы, использование которых в тексте работы нарушает логическую стройность изложения.

Кроме того, если студент, работая над темой ВКР, принимал участие в конференциях, олимпиадах и других научных мероприятиях по соответствующей тематике, то копии сертификатов, дипломов или статей, подтверждающих его участие, могут быть также размещены в приложениях.

11. Примерная тематика выпускных квалификационных работ

1. Анализ и прогноз развития товарного рынка в системе маркетинга компании.
2. Анализ маркетинговой среды предприятия и пути ее улучшения.
3. Анализ маркетинговых возможностей компании при осуществлении сбытовой политики.
4. Анализ организационных структур управления и сфер деятельности маркетинговых служб предприятия.
5. Анализ потребительских предпочтений в целях совершенствования маркетинговой политики предприятия.

6. Анализ структуры и деятельности маркетинговой службы.
7. Выбор каналов распределения и методов стимулирования сбыта продукции на предприятии.
8. Инструментарий маркетинга и его применение на предприятии.
9. Исследование маркетинговых инструментов управления потребительским поведением.
 10. Исследование поведения потребителей продукции (работ, услуг) на рынке.
 11. Исследование рекламной кампании предприятия.
 12. Исследование системы интернет - маркетинга на предприятии.
 13. Исследование системы управления брендом.
 14. Маркетинговая стратегия создания конкурентного преимущества компании.
 15. Маркетинговое исследование рынка сбыта продукции (работ, услуг) предприятия.
16. Маркетинговое исследование ценовых предпочтений покупателей.
17. Маркетинговые исследования в системе управления ассортиментной политикой предприятия.
18. Маркетинговые исследования как основа разработки стратегического плана маркетинга в компании.
19. Организация и проведение маркетинговых исследований на предприятии.
20. Организация и совершенствование управления рекламной деятельностью на предприятии.
21. Организация маркетинговой деятельности и определение ее эффективности на предприятии.
22. Особенности проведения маркетинговых исследований на рынке товаров (услуг).
23. Оценка уровня конкурентоспособности предприятия.
24. Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия.
25. Планирование маркетинговой деятельности на предприятии.
26. Планирование рекламной кампании на предприятии.
27. Развитие маркетинговой деятельности организации на основе использования технологий прямого маркетинга.
28. Разработка (или совершенствование) деятельности в сфере мерчандайзинга.
29. Разработка (или совершенствование) электронного маркетинга (торговли) на предприятии.
30. Разработка комплекса маркетинга малого предприятия.
31. Разработка маркетингового плана развития предприятия.
32. Разработка маркетинговой стратегии новой услуги.
33. Разработка маркетинговой стратегии предприятия.
34. Разработка маркетинговых стратегии освоения инноваций
35. Разработка предложений по совершенствованию деятельности маркетинговой службы предприятия.
36. Разработка предложений по совершенствованию ценовой политики на предприятии.
37. Разработка рекламной компании как средства стимулирования сбыта на предприятии.
38. Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации.
39. Разработка стратегии позиционирования товара.
40. Разработка стратегии позиционирования товара.
41. Разработка стратегии предложения услуги / продукта.
42. Разработка стратегии продвижения бренда на рынке
43. Разработка стратегии продвижения услуги на рынке.
44. Разработка стратегии сегментирования рынка услуг / продукта.

45. Разработка стратегии стимулирования сбыта новой услуги / продукта.
46. Разработка стратегии товарной политики компании.
47. Разработка стратегии ценообразования новой услуги / продукта.
48. Разработка ценовой политики для новой услуги / продукта.
49. Сегментация рынка как способ повышения эффективности реализации продукции предприятия.
50. Система маркетинговой информации в управлении предприятием и пути её совершенствования.
51. Совершенствование структуры и инструментария службы маркетинга предприятия.
52. Совершенствование управления маркетинговой деятельностью организации.
53. Формирование (совершенствование) товарной политики предприятия.
54. Формирование и управление ассортиментом на предприятии.
55. Формирование рациональной маркетинговой политики предприятия.

12. Требования к оформлению выпускных квалификационных работ

12.1. ВКР должна быть представлена в форме рукописи, в печатном виде на листах формата А4 (210x297 мм), на одной стороне листа белой бумаги.

12.2. Общий объем ВКР должен быть не менее 40 страниц (без приложений).

12.3. Каждая страница должна иметь одинаковые поля: размер левого поля – 30 мм, правого – 15 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм, рамкой они не очерчиваются. Бумага должна быть белой и плотной. Набор текста должен удовлетворять следующим требованиям: шрифт Times New Roman, кегль 14, межстрочный интервал – 1,5. Текст должен быть отформатирован по ширине страницы с применением автоматического переноса слов, первая строка с абзацным отступом 1,25 мм.

12.4. Математические формулы набираются в редакторе формул. Таблицы, рисунки, фотографии, чертежи, схемы и графики, как в тексте работы, так и в приложении должны быть четко оформлены, пронумерованы и иметь название.

12.5. Оформление титульного листа должно соответствовать образцу (приложение)

12.6. Все страницы текста, включая его иллюстрации и приложения, должны иметь сквозную нумерацию. Титульный лист входит в общую нумерацию страниц, но номер на нем не проставляется. Номера страниц проставляются арабскими цифрами в правом нижнем углу или посередине страницы. Номер приложения размещают в правом верхнем углу над заголовком приложения после слова «Приложение». На все приложения в основной части работы должны быть ссылки.

12.7. Каждая глава ВКР начинается с новой страницы. Название главы и параграфа печатается полужирным шрифтом по центру, прописными буквами, точка в конце названия не ставится. Заголовки глав нумеруются арабскими цифрами с точкой (ГЛАВА 1.; ГЛАВА 2.; ...), параграфов – двумя арабскими цифрами (1.1.; 1.2.; 1.3. и т.д.), где первая цифра соответствует номеру главы, а вторая – номеру параграфа. Заголовки не подчеркиваются, в них не используются переносы. Расстояние между названием глав и последующим текстом должно равняться двум межстрочным интервалам. Такое же расстояние выдерживается между заголовками главы и параграфа. Это же правило относится к другим основным структурным частям работы: введению, заключению, списку литературы и приложениям.

12.8. Все иллюстрации (фотографии, рисунки, чертежи, графики, диаграммы и т.п.) обозначаются сокращенно словом «Рис.», которое пишется под иллюстрацией и нумеруется в рамках раздела арабскими цифрами: например, «Рис. 2.1.», т.е. первый рисунок второй главы. Под рисунком по центру обязательно размещаются его наименование и поясняющие надписи.

12.9. Таблицы нумеруются так же, как рисунки при этом слово «Таблица» пишется вверху, с правой стороны над таблицей с соответствующим номером: например, «Таблица 2.1.». Ниже слова «Таблица» помещают ее заголовок. Таблицы и иллюстрации располагают, как правило, сразу же после ссылки на них в тексте. Текст таблицы может оформляться шрифтом Times New Roman, кегль 12, межстрочный интервал – 1.

12.10. При использовании в работе опубликованных или неопубликованных (рукописей) источников обязательна ссылка на авторов. Нарушение этой этической и правовой формы является плагиатом. Оформление ссылки должно соответствовать требованиям Национального стандарта РФ ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Система стандартов по информатизации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления».

12.11. Текст ВКР, сдаваемый на кафедру для представления в Государственную экзаменационную комиссию (ГЭК), должен быть переплетен или сброшюрован и иметь твердую обложку.

13. Требования к организации выполнения выпускных квалификационных работ

13.1. Выпускная квалификационная работа бакалавра выполняется на выпускном курсе.

13.2. Затраты времени на подготовку и защиту ВКР определяются учебным планом направления (специальности) профессиональной подготовки обучающихся.

13.3. Ученый совет факультета по каждому направлению определяет выпускающие кафедры и распределяет между ними количество ВКР.

По педагогическим профилям к выпускающим кафедрам относятся кафедры, обеспечивающие дисциплины профильной подготовки, психолого-педагогические дисциплины и методику преподавания предмета.

13.4. По педагогическим профилям количество ВКР по педагогике, психологии и методике преподавания предмета по очной и заочной формам обучения должно составлять не менее 1/3 от общего количества ВКР.

13.5. После распределения ВКР между выпускающими кафедрами заведующий кафедрой закрепляет руководство ВКР за преподавателями кафедры, способными обеспечить высокий уровень ее выполнения.

Руководство ВКР могут осуществлять профессоры, доценты, старшие преподаватели, а также ассистенты, имеющие ученую степень. Как правило, профессор может осуществлять руководство не более 8 студентами, остальные преподаватели – не более 5 студентами.

13.6. Тематика ВКР разрабатывается и ежегодно обновляется выпускающими кафедрами соответствующего направления университета, а затем утверждается Ученым советом факультета. Тематика ВКР должна отражать актуальные проблемы развития соответствующей науки и практики на современном этапе. Темы ВКР могут быть предложены со стороны будущего работодателя в соответствии с актуальным заказом учреждения, организации. Количество предлагаемых обучающимся тем ВКР должно превышать число выпускников, желающих избрать тему ВКР по данной кафедре.

В конце предвыпускного курса (май-июнь) обучающимся предоставляется право выбора темы из числа рекомендованных кафедрой или предложенных обучающимися с соответствующим обоснованием целесообразности её разработки.

Тема ВКР и научный руководитель по представлению выпускающей кафедры утверждаются приказом ректора не позднее 15 сентября.

Последующая корректировка темы ВКР осуществляется по инициативе выпускника университета и его научного руководителя, утверждается на заседании кафедры и приказом ректора по университету.

13.7. В тех случаях, когда работа носит межкафедральный или междисциплинарный характер, помимо научных руководителей для подготовки ВКР приказом ректора обучающемуся могут быть назначены научные консультанты. Суммарное количество часов на руководство ВКР при этом не изменяется и делится между руководителем и консультантом пропорционально доле их участия в руководстве ВКР, по согласованию с заведующим выпускающей кафедрой, при этом доля руководителя ВКР должна составлять не менее 60%.

13.8. Основными функциями руководителя ВКР являются:

- согласование с обучающимся темы и определение задания на ВКР;
- оказание обучающемуся помощи в разработке календарного плана работы (технологической карты) на весь период выполнения ВКР (приложение 2);
- рекомендация необходимой основной литературы, справочных и архивных материалов и других источников по теме работы;
- проведение консультаций в соответствии с календарным планом, внесение в календарный план отметок о ходе и качестве исполнения работы;
- внесение предложений заведующему кафедрой о приглашении консультантов (из числа преподавателей университета или высококвалифицированных специалистов, научных работников других вузов и учреждений) по отдельным разделам ВКР;
- проведение поэтапной и полной проверки готовности ВКР;
- консультирование по вопросам процедуры и содержания защиты ВКР.

13.9. Основные обязанности обучающегося:

- изучение и анализ литературы по теме исследования и составление библиографического списка;
- определение цели, задач и методов исследования, обоснование рабочей гипотезы;
- определение диагностических и иных средств, используемых в практической части работы;
- разработка и осуществление практической части работы;
- несение ответственности за достоверность собранной информации и результатов, полученных в ходе исследования;
- своевременная обработка и представление результатов исследования в соответствии с утвержденным графиком;
- систематический отчет перед руководителем о выполненном объеме и содержании проделанной работе;
- выступление с материалами, полученными в ходе исследования, на научных студенческих конференциях.

13.10. В исключительных случаях по уважительной причине допускается смена руководителя ВКР на основании представления заведующего кафедрой / декана факультета.

13.11. Этапы работы над ВКР:

- Составление плана выпускной квалификационной работы

План выпускной квалификационной работы представляет собой составленный в определенном порядке наряду с введением и заключением перечень глав и развернутый перечень параграфов в каждой главе.

Предварительный план квалификационной работы студент-выпускник составляет самостоятельно, а затем согласовывает и утверждает его с научным руководителем.

Согласно традиционной структуре выпускная квалификационная работа должна состоять из введения, 2-3 глав, заключения, списка источников и литературы, приложений. В каждой главе должно быть, как правило, 2-3 пункта.

В процессе работы план может уточняться: расширяться отдельные главы и параграфы, вводиться новые параграфы с учетом собранного материала; другие параграфы,

наоборот, могут сокращаться. Все изменения в плане должны быть согласованы с научным руководителем, окончательный вариант плана выпускной квалификационной работы утверждается научным руководителем.

- Подбор источников и литературы, анализ и обобщение материала
- Сбор и анализ практического материала

Сбор практического материала – один из наиболее ответственных этапов подготовки ВКР. От того, насколько правильно и полно собран практический материал, во многом зависит своевременное и качественное написание работы. Поэтому, прежде чем приступить к сбору материала, студенту совместно с научным руководителем необходимо тщательно продумать, какой именно фактический материал необходим для ВКР, и составить, по возможности, специальный план его сбора в период производственной и преддипломной практики.

Студент должен обобщить материал, собранный в период прохождения практики, определить его достоверность и достаточность для подготовки ВКР.

В процессе обработки полученных данных используются такие научные методы исследования, как анализ и синтез, методы статистического и математического анализа, чтобы выявить закономерности исследуемых процессов и явлений и выработать научно обоснованные выводы.

14. Порядок представления выпускной квалификационной работы к защите

14.1. Не позднее, чем за 1,5 месяца до защиты выпускных работ выпускающие кафедры проводят процедуры предзащиты ВКР. На предзащиту обучающийся обязан представить вариант ВКР. После предзащиты обучающийся завершает подготовку ВКР с учётом замечаний и рекомендаций, полученных в ходе обсуждения представленной работы.

14.2. Окончательный вариант выполненной, полностью оформленной и подписанной обучающимся работы представляется научному руководителю не позднее, чем за 1 месяц до защиты. Научный руководитель проверяет ВКР, о чём ставит свою личную подпись на титульном листе, пишет официальный отзыв и передаёт её заведующему кафедрой. При коллегиальном руководстве ВКР в отзыве научного руководителя может учитываться особое мнение консультанта.

Отзыв научного руководителя содержит указания на:

- соответствие результатов ВКР поставленным цели и задачам;
- степень сформированности исследовательских качеств и профессиональных компетенций выпускника;
- умение автора работать с научной, методической, справочной литературой и электронными информационными ресурсами;
- личные качества выпускника, проявившиеся в процессе работы над ВКР.

Заканчивается письменный отзыв руководителя формулировкой рекомендации к защите, но без предложения конкретной оценки.

14.3. По результатам предзащиты, на основании отзыва руководителя и личного мнения о степени соответствия представленного исследования требованиям, предъявляемым к ВКР, заведующий кафедрой решает вопрос о допуске обучающегося к защите, делая об этом соответствующую запись на титульном листе работы, и готовит соответствующее представление декану факультета.

14.4. В случае возникшей необходимости в уточнении или замене формулировки темы ВКР обучающийся, не позднее, чем за 1 месяц до даты защиты ВКР, пишет заявление

на имя ректора, в котором указывает утверждённую ранее тему, желаемую тему и обоснование замены темы ВКР. После визирования заявления руководителем ВКР, заведующим выпускающей кафедрой, заявление подаётся на рассмотрение декана факультета. При положительном решении деканатом готовится проект приказа об изменении темы ВКР. Заявление о смене темы и принятие решения по данному заявлению должны предшествовать приказу о назначении рецензентов.

Выпускник должен быть ознакомлен с отзывом не позднее чем за 5 календарных дней до дня защиты выпускной квалификационной работы.

14.5. Перепечатанная или сброшюрованная ВКР вместе с отзывом научного руководителя представляется в ГАК не менее чем за 1 неделю до защиты.

14.6. В случае если научный руководитель не допускает обучающегося к защите ВКР, обсуждение этого вопроса выносится на заседание кафедры с участием автора ВКР и руководителя. При отказе в допуске ВКР к защите протокол заседания кафедры с соответствующим решением представляется декану факультета.

14.7. На основании заключений о готовности ВКР декан факультета готовит проект приказа по университету о допуске обучающегося к защите представленной работы.

14.8. Тексты ВКР размещаются в электронно-библиотечной системе ФГБОУ ВО «ВГСПУ» и проверяются на объем заимствования. Порядок размещения текстов выпускных квалификационных работ в электронно-библиотечной системе университета, проверки на объем заимствования, в том числе содержательного, выявления неправомерных заимствований установлен в Положении об использовании системы «Антиплагиат» в ФГБОУ ВПО «ВГСПУ» (01.07.ОП03.02/П09).

15. Порядок защиты выпускной квалификационной работы

15.1. Защита ВКР проводится с целью определения практической и теоретической подготовленности выпускника к профессиональной деятельности, а также умения вести публичные дискуссии.

15.2. В состав государственной экзаменационной комиссии входят председатель указанной комиссии и не менее 4 членов указанной комиссии. Члены государственной экзаменационной комиссии являются ведущими специалистами – представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности и (или) лицами, которые относятся к профессорско-преподавательскому составу данной организации (иных организаций) и (или) к научным работникам данной организации (иных организаций) и имеют ученое звание и (или) ученую степень. Доля лиц, являющихся ведущими специалистами – представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности (включая председателя государственной экзаменационной комиссии), в общем числе лиц, входящих в состав государственной экзаменационной комиссии, должна составлять не менее 50 процентов.

15.3. Защита ВКР проводится на открытом заседании с возможным участием научного руководителя и рецензента.

15.4. Студентам и лицам, привлекаемым к итоговой государственной аттестации, во время защиты ВКР запрещается иметь при себе и использовать средства связи.

15.5. Председатель государственной экзаменационной комиссии после открытия заседания объявляет о защите ВКР, сообщает название работы, фамилии научного руководителя и предоставляет слово выпускнику. Обучающийся делает краткое сообщение продолжительностью 10-15 минут, в котором в сжатой форме обосновывает актуальность

темы исследования, ее цели и задачи, излагает основное содержание работы по разделам, полученные результаты и выводы.

По окончании сообщения обучающийся отвечает на вопросы. Вопросы могут задавать как члены комиссии, так и присутствующие на защите. Затем председатель государственной экзаменационной комиссии зачитывает отзыв, поступивший на данную работу. В случае присутствия на открытой защите ВКР научного руководителя ему по желанию может быть предоставлено слово по существу вопроса, при этом отзыв может не зачитываться.

15.6. Результаты защиты обсуждаются на закрытом заседании государственной экзаменационной комиссии и оцениваются простым большинством голосов членов комиссии. При равном числе голосов мнение председателя является решающим.

При выставлении оценки за ВКР учитываются:

- уровень сформированности умений выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных научных и практических задач в профессиональной сфере;

- развитие у выпускника навыков ведения самостоятельной работы и уровень овладения им методикой исследовательской деятельности;

- умений выпускника по обобщению результатов работы, разработке практических рекомендаций в исследуемой области;

- качество представления и публичной защиты результатов исследования.

При этом комиссией учитывается мнение научного руководителя. Кроме того, комиссией могут быть приняты во внимание публикации и авторские свидетельства выпускника, отзывы авторитетных компетентных практических работников профессиональной сферы и научных учреждений по тематике исследования.

15.7. Результаты защиты ВКР определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются публично в тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседания комиссии.

15.8. Отметка за ВКР вносится в зачетную книжку, экзаменационную ведомость и протокол заседания государственной экзаменационной комиссии по защите ВКР.

15.9. Выпускники могут подать письменное заявление в апелляционную комиссию об апелляции только по вопросам, связанным с процедурой защиты ВКР, не позднее следующего рабочего дня после защиты.

15.10. При положительных результатах государственной итоговой аттестации комиссия принимает решение о присвоении выпускнику квалификации бакалавр по направлению подготовки «Педагогическое образование» и выдаче диплома о высшем образовании государственного образца.

16. Фонд оценочных средств для государственной итоговой аттестации

Фонд оценочных средств для государственной итоговой аттестации включает в себя:

- перечень компетенций, представленных в оценочных средствах государственного экзамена;
- оценочные средства для проведения государственного экзамена (теоретические вопросы и практические задания);
- показатели оценки уровня сформированности компетенций, проверяемых на государственном экзамене;
- критерии выставления итоговых оценок на государственном экзамене;

- форму экспертного листа, используемого членами государственной экзаменационной комиссии на государственном экзамене;
- показатели оценки уровня сформированности компетенций, проверяемых на защите выпускной квалификационной работы;
- критерии выставления итоговых оценок на защите выпускной квалификационной работы;
- форму экспертного листа для члена государственной экзаменационной комиссии по защите выпускной квалификационной работы

16.1. Перечень компетенций, представленных в оценочных средствах государственного экзамена

Код компетенции	Номера вопросов	Номера практических заданий	ВКР
ОПК-1	1,2	8,15	
ОПК-2	9,13,14,16,17,30	3,6,12,13,14	
ОПК-3	4,12,13,14,27,28,29	1,5,10	
ОПК-4	30		
ОПК-5	15		
ОПК-6	17,18,26	2,7,9	+
ОПК-7	16,17,18		
ПК-1	5,7,8,10,11,13,14		
ПК-2	9	4	
ПК-3	22,23,24,25	11	
ПК-4		9	
ПК-5	23,24		
ПК-6	19,20,21		
ПК-7	6		
ПК-8	19,20,21		
ПК-17	3		
ПК-18	4		
ПК-19	29		
ПК-20	30		
СК-1	31-60	16-30	+

16.2. Оценочные средства для проведения междисциплинарного государственного экзамена

Оценочные средства для проведения междисциплинарного государственного экзамена представлены в Приложении 3 данной программы

16.3. Экзаменационные билеты государственного экзамена

Форма билета

МИНОБРНАУКИ РОССИИ ФГБОУ ВО «ВГСПУ»	Экзаменационный билет № ____	«Утверждаю» Председатель ГЭК по направлению 38.03.02 «Менеджмент» Профиль «Маркетинг» _____ (подпись)
Междисциплинарный государственный экзамен по профилю «Маркетинг» Направление 38.03.02 «Менеджмент» Профиль «Маркетинг»		
Вопрос 1. Код проверяемой компетенции - Вопрос 2. Код проверяемой компетенции - Задание 1. Код проверяемой компетенции - <p style="text-align: center;">Дата: xx.xx.xxxx</p>		

Общее количество билетов, предлагаемых на государственном экзамене, – 30 шт.
 Структура экзаменационного билета для бакалавриата по направлению 38.03.02 «Менеджмент»:

1. Теоретический вопрос по фундаментальным знаниям общепрофессиональной подготовки.
2. Теоретический вопрос по фундаментальным знаниям профильной подготовки.
3. Компетентностно-ориентированное задание в избранной предметной области профильной подготовки.

16.4. Показатели оценки уровня сформированности компетенций, проверяемых на государственном экзамене

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
	<i>удовлетворительно</i>	<i>хорошо</i>	<i>отлично</i>
ОПК-1	Знать назначение основных нормативных документов и обладать навыками их оперативного поиска в правовой системе «Гарант», «Консультант плюс» и прочих.	Знать назначение основных нормативных документов, регулирующих управленческую деятельность на предприятии и уметь применять данную документацию при формировании кадровой политики и финансовой отчетности на предприятии малого, среднего и крупного бизнеса.	Умение оперативно следить за изменениями в законодательстве и своевременно вносить коррективы в текущую управленческую деятельность на предприятии. Уметь автоматизировать документооборот на предприятии в целях сокращения объемов документооборота и инстанций, которые проходят документы.

ОПК-2	Осознавать социальную значимость имеющейся проблемы и оперировать основными знаниями и умениями для ее скорейшего решения.	Уметь оценить теоретическую и практическую значимость предложенного организационно-управленческого решения и уметь дополнить его.	Учитывая полученный ранее опыт, знать теоретическую и практическую значимость, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные, а так же уметь из предложенных вариантов управленческого решения выбрать оптимальный.
ОПК-3	Осознавать необходимость стратегии предприятия и ее постоянного совершенствования; знать о распределении полномочий между участниками рабочего процесса.	Уметь проектировать и совершенствовать организационные структуры предприятия, осознавать необходимость своевременного делегирования полномочий с учетом личной ответственности за получаемые результаты на производстве.	Используя полученные знания, навыки и опыт, строить работу предприятия с учетом модернизированной структуры управления и работать с персоналом в стратегическом направлении, доводя до каждого его роль и задачи на производстве. Воспитывать в себе и работниках чувство личной ответственности за производимые мероприятия и управленческие решения.
ОПК-4	Обладать навыками работы с электронной почтой, уметь строить речь таким образом, чтобы информация была воспринята слушателями своевременно и верно.	Уметь осуществлять деловое общение путем электронной и обычной переписки, обладать навыками публичных выступлений и переговоров.	Используя полученные знания, навыки и опыт, строить устную и письменную речь таким образом, чтобы деловые партнера и сотрудники всецело осознали объем и важность обсуждаемых проблем и своевременно были проинформированы о принятом управленческом решении.

ОПК-5	Знать основные показатели и виды финансовой отчетности, назначение показателей финансово-хозяйственной деятельности и роль и значение современных автоматизированных систем учета финансовой информации.	Уметь составлять и анализировать финансовую отчетность, так же владеть навыками аналитически мыслить и строить финансовое планирование с учетом требуемых на перспективу показателей.	Используя полученные знания, разрабатывать и оценивать планы, проекты с учетом нормативно-правовых, ресурсных, финансовых и иных ограничений; применять инновационный подход при разработке и анализе финансовой отчетности; производить расчеты на основании типовых методик и существующей нормативно-правовой базы и корпоративных информационных систем.
ОПК-6	Знать виды управленческих решений и методы их принятия в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций.	Уметь планировать операционную (производственную) деятельность организаций в процессе организации командного взаимодействия для решения управленческих задач.	В совершенстве владеть навыками практического использования всего спектра методов диагностики систем управления организацией.
ОПК-7	Обладать навыками решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.	Уметь решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.	Используя полученные знания, навыки и опыт в совершенстве решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.
ПК-1	Знать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а	Уметь проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры с	Используя полученные знания, навыки и опыт в совершенстве владеть методами реализации основных управленческих

	также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды.	использованием основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды.	функций, современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации.
ПК-2	Уметь организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач, анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности.	Владеть современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации.	Используя полученные знания, навыки и опыт владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде.
ПК-3	Уметь анализировать конкурентные преимущества организации, формировать стратегические планы организации, направленные на обеспечение конкурентоспособности	Владеть методами принятия управленческих решений в организации, методикой формирования стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Владеть в совершенстве навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
ПК-4	Уметь применять основные понятия финансового менеджмента и разработке управленческих решений.	Владеть современными методами оценки и управления финансовой деятельностью предприятия, способен решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам финансового менеджмента.	Готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и

			методическом обеспечении.
ПК-5	Уметь определять функциональные стратегии компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.	Владеть современными способами анализа функциональных стратегий компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.	Применять нестандартные способы анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компании с целью подготовки сбалансированных управленческих решений в условиях ограниченности информации.
ПК-6	Уметь использовать теоретические знания управления проектами на предприятии, разбираться в видах инноваций и спецификой организационных изменений.	Владеть инструментами принятия эффективных управленческих решений в организации и реализации проектов технологических и продуктовых инноваций, а так же в программах организационных изменений.	Владеть специфическими методами управления программой внедрения технологических и продуктовых инноваций, применять разнообразные инструменты разработки и управления программой организационных изменений в условиях быстро изменяющейся внешней и внутренней среды предприятия.
ПК-7	Владением основными навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов.	Уметь координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.	Владеть современными методами, инструментами разработки, организации и реализации бизнес-планов любых направлений и уровней.
ПК-8	Уметь использовать основные знания разновидностей инноваций и организационных изменений, и	Владеть современными знаниями документального оформления решений в управлении операционной	Практически применять навыки документального оформления решений в управлении операционной

	использовать навыки их документального оформления.	(производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.	(производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.
ПК-17	Знать методологию проведения исследований экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности; знать методологию выявления рыночных возможностей и основ формирования бизнес-моделей.	Уметь проводить исследования экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности; уметь выявлять рыночные возможности и формулировать основы бизнес-моделей.	Владеть навыками проведения исследований экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности; владеть навыками выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей.
ПК-18	Знать основные понятия и этапы бизнес-планирования и развития новых организаций; условия и принципы создания новых организаций (направлений деятельности, продуктов); знать основные разделы бизнес-плана организации (направлений деятельности, продуктов).	Уметь разрабатывать бизнес-план организации (направлений деятельности, продуктов).	Владеть в совершенстве навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов).
ПК-19	Знать основные понятия в области координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками.	Уметь координировать субъекты предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками.	Владеть в совершенстве навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками.
ПК-20	Знать основные виды организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых	Уметь составлять организационные и распорядительные документы, необходимые для создания новых	Владеть навыками составления организационных и распорядительных документов, необходимых для

	предпринимательских структур.	предпринимательских структур.	создания новых предпринимательских структур.
СК-1	Имеет теоретические знания в области маркетинга; способен выделять основные маркетинговые процессы на предприятии; способен к организации маркетинговой деятельности на предприятии.	Демонстрирует глубокие знания в области маркетинга; способен нетрадиционно подойти в выделению основных маркетинговых процессов; способен самостоятельно организовать маркетинговую деятельность.	Демонстрирует глубокие знания теоретико-методологических основ в области маркетинга; использует креативный подход при разработке основных маркетинговых процессов; предлагает новые подходы к организации маркетинговой деятельности предприятий.

16.5. Критерии выставления итоговых оценок на государственном экзамене

Государственный экзамен оценивается по четырехбалльной шкале – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Результаты государственных экзаменов, проводимых в устной форме, объявляются в день их проведения; в письменной форме – не позднее дня, следующего за днем проведения итогового испытания.

Оценка «отлично» выставляется в том случае, если, по мнению всех членов государственной экзаменационной комиссии, выпускник дал обоснованный развернутый ответ на теоретический вопрос билета, полностью выполнил практические задания и ответил на дополнительные вопросы, продемонстрировав при этом высокий уровень сформированности проверяемых компетенций: готовность творчески решать типовые и поисковые профессиональные задачи, определённые в рамках формируемой деятельности; самостоятельно осуществлять поиск новых подходов для решения профессиональных задач в соответствии с уровнем квалификации, комбинировать и преобразовывать ранее известные способы решения профессиональных задач применительно к существующим условиям.

Оценка «хорошо» выставляется в том случае, если, по мнению всех членов государственной экзаменационной комиссии, выпускник дал полный развернутый ответ на теоретический вопрос билета и полностью выполнил практические задания, однако не ответил на ряд дополнительных вопросов. Также оценка «хорошо» может быть выставлена в случае, если ответ на теоретических вопросов верный, но не достаточно полный, либо одно из практических заданий выполнено не в полном объеме, но выпускник, в целом, продемонстрировал при этом повышенный (продвинутый) уровень освоения проверяемых компетенций: готовность самостоятельно использовать потенциал интегрированных знаний, умений и приобретенного опыта для решения не только типовых профессиональных задач, но и задач повышенной сложности в соответствии с уровнем квалификации.

Оценка «удовлетворительно» выставляется в том случае, если, по мнению всех членов государственной экзаменационной комиссии, выпускник дал неполный ответ на теоретический вопрос билета и не полностью выполнил практические задания или выполнил полностью только одно практическое задание. Однако в целом студент продемонстрировал достаточный набор знаний, умений и опыта профессиональной деятельности для решения типовых профессиональных задач в соответствии с уровнем квалификации, что

свидетельствует о сформированности у него проверяемых компетенций на пороговом (базовом) уровне.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется в том случае, если ответ на вопрос билета и практические задания отсутствуют, либо содержат существенные фактические ошибки, что свидетельствует о недостаточном наборе у выпускника знаний, умений и опыта профессиональной деятельности для решения типовых профессиональных задач в соответствии с уровнем квалификации.

При выставлении оценки принимается во внимание профессиональная грамотность ответа, правильное применение понятий и терминов, умение полно, структурированно и логично изложить материал.

Студент, получивший на государственном экзамене оценку «неудовлетворительно», не допускается к защите выпускной квалификационной работы и отчисляется из университета в соответствии с установленным порядком.

16.6. Форма экспертного листа, используемого членами государственной экзаменационной комиссии на государственном экзамене

№	ФИО студента	№ билета	Код проверяемой компетенции	Уровень сформированности компетенции (1-пороговый, 2-повышенный, 3-высокий)	Оценка сформированности компетенции (удовлетворительно, хорошо, отлично)	Итоговая оценка на государственном экзамене (среднее значение)
1						
2						

16.7. Показатели оценки уровня сформированности компетенций, проверяемых на защите выпускной квалификационной работы

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
	<i>удовлетворительно</i>	<i>хорошо</i>	<i>отлично</i>
ОПК-6	Знать виды управленческих решений и методы их принятия в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций.	Уметь планировать операционную (производственную) деятельность организаций в процессе организации командного взаимодействия для решения управленческих задач.	В совершенстве владеть навыками практического использования всего спектра методов диагностики систем управления организацией.
СК-1	Имеет теоретические знания в области	Демонстрирует глубокие знания в	Демонстрирует глубокие знания

	маркетинга; способен выделять основные маркетинговые процессы на предприятии; способен к организации маркетинговой деятельности на предприятии.	области маркетинга; способен нетрадиционно подойти в выделению основных маркетинговых процессов; способен самостоятельно организовать маркетинговую деятельность.	теоретико-методологических основ в области маркетинга; использует креативный подход при разработке основных маркетинговых процессов; предлагает новые подходы к организации маркетинговой деятельности предприятий.
--	---	---	---

16.8. Критерии выставления итоговых оценок на защите выпускной квалификационной работы

При выставлении оценки за ВКР учитываются:

- уровень сформированности умений выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных научных и практических задач в профессиональной сфере;
- развитие у выпускника навыков ведения самостоятельной работы и уровень овладения им методикой исследовательской деятельности;
- умений выпускника по обобщению результатов работы, разработке практически х
- рекомендаций в исследуемой области;
- качество представления и публичной защиты результатов исследования.

Основные критерии оценки ВКР:

- соответствие формальным требованиям, предъявляемым к ВКР,
- самостоятельность, творческий характер изучения темы,
- обоснованность сделанных автором выводов и предложений;
- соответствие содержания работы теме, целям и задачам, сформулированным автором;
- глубина раскрытия темы и междисциплинарный подход к рассмотрению проблемы (наличие в содержании работы анализа проблемы с позиции науки);
- грамотный стиль изложения;
- правильность оформления и полнота научно-справочного материала;
- умение ориентироваться в проблемах исследуемой темы, особенно в процессе защиты работы (содержание и форма выступлений, ответы на поставленные вопросы).

Шкала оценивания в разрезе основных критериев оценки ВКР

Критерии /шкала оценивания	75-100 баллов («отлично»)	50-74 баллов («хорошо»)	25-49 баллов («удовлетв.»)	0-24 балла («неудовлетв.»)
соответствие формальным требованиям, предъявляемым к ВКР	Полностью соответствует требованиям	В основном соответствует требованиям	Частично соответствует требованиям	Не соответствует требованиям
самостоятельность, творческий характер изучения темы	Высокий уровень самостоятельности и творчества	Самостоятельность, проявление элементов	Самостоятельность	Недостаточное проявление самостоятельности

		творчества		
обоснованность сделанных автором выводов и предложений	Полнота и логичность обоснований	Обоснованы	Недостаточно обоснованы	Не обоснованы
соответствие содержания работы теме, целям и задачам, сформулированным автором	Полностью соответствует	В основном соответствует	Частично соответствует	Не соответствует
глубина раскрытия темы и междисциплинарный подход к рассмотрению проблемы (наличие в содержании работы анализа проблемы с позиции науки)	Достаточно высокая	Достаточная	Допустимая	Низкая
грамотный стиль изложения	Стройность и логичность изложения	Связанность и логичность изложения	Небрежность в изложении	Несвязность изложения
правильность оформления и полнота научно-справочного материала	Достаточно высокая	Достаточная	Допустимая	Низкая
умение ориентироваться в проблемах исследуемой темы, особенно в процессе защиты работы (содержание и форма выступлений, ответы на поставленные вопросы)	Полностью раскрыты все проблемы / аспекты	В основном раскрыты проблемы / аспекты	Передано общая идея, ответы фрагментарные	Отсутствие ответов или существенные ошибки

16.9. Форма экспертного листа для членов государственной экзаменационной комиссии по защите выпускной квалификационной работы

№	ФИО студента	Тема ВКР	Код проверяемой компетенции	Уровень сформированности компетенции (1-пороговый, 2-повышенный, 3-высокий)	Оценка сформированности компетенции (удовлетворительно, хорошо, отлично)	Итоговая оценка защиты ВКР (среднее значение)
1						
2						

Направление 38.03.02 «Менеджмент»
 Профиль «Маркетинг»
 заочная форма обучения

Экзаменационные вопросы государственного экзамена

1. Менеджмент как вид управленческой деятельности. Функции управленческой деятельности. Сущность менеджмента как совокупности науки и искусства.
2. Этапы и направления развития менеджмента. Подходы к управлению на основе различных школ. Системные и ситуационные подходы к управлению.
3. Внутренняя и внешняя среда организации. Позиция управления внутри организации: цели, задачи, структура, технологии, люди. Оценка внешней среды бизнеса.
4. Организационные структуры управления. Этапы организационного проектирования. Департаментализация. Механические и органические типы организаций. Адаптивные структуры. Новое в типах организаций.
5. Общая характеристика мотивации. Мотивационный процесс. Теории содержания мотивации. Теории процесса мотивации.
6. Сущность и смысл контроля. Субъекты и объекты контроля. Виды управленческого контроля. Процесс контроля. Принципы контроля. Масштаб допустимых отклонений.
7. Влияние и власть. Основы власти. Соотношение понятий влияния и власти. Формы власти. Наиболее перспективные, продуктивные и эффективные формы реализации власти менеджеров.
8. Лидерство в организации. Природа и определение понятия лидерства. Подходы к изучению лидерства. Теория лидерских качеств. Концепция лидерского поведения. Ситуационные подходы к лидерству.
9. Понятие конфликта. Типы конфликтов. Причины конфликтов. Модель конфликта как процесса. Процесс развития и разрешения конфликтов. Конфликтная ситуация. Стратегия преодоления конфликтов.
10. Формирование группового поведения. Группы и их значимость. Неформальные группы. Факторы, влияющие на эффективную работу группы.
11. Понятие категории «управления персоналом». Принципы СУП. Основные задачи СУП.
12. Понятие карьеры, планирование деловой карьеры.
13. Подбор персонала, подготовка, переподготовка и повышение квалификации персонала.
14. Анализ кадрового потенциала. Оценка и аттестация персонала.
15. Основные показатели и виды финансовой отчетности. Роль и значение современных автоматизированных систем учета финансовой информации.
16. Модели, методология и организация процесса разработки управленческого решения.
17. Приемы разработки и выбора управленческого решения в условиях неопределенности и риска.
18. Контроль реализации управленческих решений. Управленческие решения и ответственность.
19. Сущность и формы инновационного менеджмента.
20. Прогнозирование в инновационном менеджменте.
21. Нововведение как объект инновационного управления.
22. Стратегия управления: стратегическое и долгосрочное планирование. Процесс стратегического планирования.
23. Стратегия предприятия: эволюция управления предприятием.
24. Определение стратегического потенциала организации на основе матрицы БКГ и матрицы жизненного цикла СХЗ.
25. Альтернативные стратегии развития организации и их характеристика.

26. Управление организационными изменениями. Причины сопротивления изменениям.
 27. Менеджер: понятие, личные и деловые качества, функции. Менеджер и лидер. Стиль и имидж менеджера.
 28. Понятие самоменеджмента. Аспекты самоменеджмента: работа с информацией, тайм-менеджмент.
 29. Централизация и децентрализация управления. Делегирование полномочий. Виды полномочий.
 30. Коммуникационный процесс в менеджменте, его элементы и этапы.
 31. Понятие маркетинга, его основные принципы. Концепции маркетинга.
- Функции маркетинга.
32. Комплекс маркетинга.
 33. Понятие маркетингового исследования, его основные этапы. Характеристика этапов маркетингового исследования. Цели, объекты и методы маркетинговых исследований.
 34. Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка.
 35. Поведение потребителей, принципы и методы его изучения. Модель покупательского поведения. Факторы, определяющие поведение потребителей.
 36. Внешняя среда маркетинга: сущность, характеристики, факторы.
 37. Внутренняя среда маркетинга: сущность, характеристики, элементы.
 38. Товар в маркетинге. Три уровня товара. Классификации товаров.
 39. Жизненный цикл товара и его фазы. Товарная политика. Маркетинговая политика в зависимости от стадии ЖЦТ.
 40. Система товародвижения и каналы сбыта. Понятие канала распределения.
- Функции канала распределения.
41. Прямой маркетинг, личные продажи как составляющие коммуникационной политики фирмы.
 42. Маркетинговая информация. Источники маркетинговой информации.
- Маркетинговая информационная система.
43. Содержание рекламы, ее виды и механизм её воздействия на покупателей.
 44. PR как составляющая коммуникационной политики фирм.
 45. Фирменный стиль. Бренд.
 46. Ценовая политика, структура расходов. Маркетинговое ценообразование.
 47. Основные функции маркетинга и содержание маркетинговой деятельности.
- Организация маркетинга на предприятии.
48. Маркетинговая информационная система.
 49. Маркетинговый контроль. Необходимость, сущность и типы.
 50. Особенности маркетинга услуг.
 51. Маркетинговая стратегия. Элементы стратегии. Стратегическое планирование в маркетинге.
- Стимулирование сбыта как составляющая коммуникационной политики фирмы.
52. Стимулирование сбыта как составляющая коммуникационной политики фирмы.
 53. Сбытовая политика: вертикальные маркетинговые системы и каналы сбыта.
 54. Понятие маркетинговых коммуникаций. Коммуникационная политика и ее составляющие.
 55. Понятие конкурентоспособности товара в системе маркетинга.
 56. Процесс принятия решений потребителями, его основные стадии применительно к товарам различных категорий.
 57. Основные виды исследований потребителей.
 58. Типы ситуаций, влияющие на поведение потребителей.
 59. Понятие маркетинга интеллектуальных продуктов, его основные принципы.
 60. Рекламная кампания: бюджетные ограничения.

Направление 38.03.02 «Менеджмент»
Профиль «Маркетинг»

заочная форма обучения

Экзаменационные практические задания государственного экзамена

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 1

Проблемы тайм-менеджмента.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 2

Принятие оптимальных управленческих решений.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 3

Мотивационный процесс.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 4

Конфликты в организации.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 5

Лидерство в организации.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 6

Социальные обязательства в менеджменте.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 7

Ведение деловых переговоров.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 8

Миссия фирмы

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 9

Принятие решение в области финансов.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 10

Адаптация персонала.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 11

Проблемы стратегического менеджмента

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 12

Принципы менеджмента.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 13

Принципы менеджмента.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 14

Принципы менеджмента.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 15
Миссия организации.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 16
Реклама.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 17
Связи с общественностью.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 18
Жизненный цикл товара.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 19
Сбытовая политика.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 20
Маркетинговый анализ.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 21
Проблемы стратегического маркетинга.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 22
Финансовые аспекты маркетинга.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 23
Концепции маркетинга.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 24
Концепции маркетинга.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 25
Проблемы стратегического маркетинга

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 26
Стимулирование сбыта.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 27
Конкурентоспособность в маркетинге.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 28
Концепции маркетинга.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 29
Концепции маркетинга.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 30
Проблемы стратегического маркетинга.

Направление 38.03.02 «Менеджмент»
Профиль «Маркетинг»

заочная форма обучения

**Оценочные средства для проведения
междисциплинарного государственного экзамена**

Содержание теоретических вопросов междисциплинарного экзамена по профилю «Маркетинг».

Номер и наименование теоретического вопроса:

1. Менеджмент как вид управленческой деятельности. Функции управленческой деятельности. Сущность менеджмента как совокупности науки и искусства.

Менеджмент как вид управленческой деятельности. Суть управленческой деятельности. Определение понятия “управление”. Функции управленческой деятельности. Профессия – менеджер. Сравнительная характеристика менеджера и предпринимателя. Сущность менеджмента как совокупности науки и искусства.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

2. Этапы и направления развития менеджмента. Подходы к управлению на основе различных школ. Системные и ситуационные подходы к управлению. Этапы и направления развития менеджмента. Подходы к управлению на основе различных школ. Школа научного управления, административная или классическая школа управления, школа науки управления, школа человеческих отношений и школа поведенческих наук. Системные и ситуационные подходы к управлению. Управление по целям. Американский и японский стили управления.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

3. Внутренняя и внешняя среда организации. Позиция управления внутри организации: цели, задачи, структура, технологии, люди. Оценка внешней среды бизнеса.

Внутренняя и внешняя среда организации. Оценка внутренней среды организации. Позиция управления внутри организации: цели, задачи, структура, технологии, люди. Оценка внешней среды бизнеса. Внешняя среда прямого воздействия: поставщики, капитал и акционеры, трудовые ресурсы и профсоюзы, конкуренты, законы и государственные органы, потребители. Внешняя среда косвенного воздействия: научно-технический прогресс, состояние экономики, социокультурные и политические факторы.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

4. Организационные структуры управления. Этапы организационного проектирования. Департаментализация. Механические и органические типы организаций. Адаптивные структуры. Новое в типах организаций.

Организационные структуры управления. Механические и органические типы организаций. Традиционная организация. Дивизиональная организация. Матричная организация. Корпоративная и индивидуалистская организация. Новое в типах организаций.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

5. Общая характеристика мотивации. Мотивационный процесс. Теории содержания мотивации. Теории процесса мотивации.

Общая характеристика мотивации. Мотивационный процесс. Теории содержания мотивации. Обобщенный взгляд на теории содержания мотивации. Теории процесса мотивации. Сопоставление теории потребностей Маслоу, МакКлелланда и Герцберга. Мотивация и компенсация.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

6. Сущность и смысл контроля. Субъекты и объекты контроля. Виды управленческого контроля. Процесс контроля. Принципы контроля. Масштаб допустимых отклонений.

Сущность и смысл контроля. Субъекты и объекты контроля. Виды управленческого контроля. Процесс контроля. Принципы контроля. Масштаб допустимых отклонений и принцип исключения. Измерение результатов. Передача, распространение и оценка информации. Действия менеджера в системе контроля.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

7. Влияние и власть. Основы власти. Соотношение понятий влияния и власти. Формы власти. Наиболее перспективные, продуктивные и эффективные формы реализации власти менеджеров.

Влияние и власть. Экономические, социальные, правовые и моральные основы власти. Соотношение понятий влияния и власти. Формы власти. Власть над людьми и способы ее реализации. Просьба, указание, распоряжение и приказ. Наиболее перспективные, продуктивные и эффективные формы реализации власти менеджеров.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

8. Лидерство в организации. Природа и определение понятия лидерства. Подходы к изучению лидерства. Теория лидерских качеств. Концепция лидерского поведения. Ситуационные подходы к лидерству.

Лидерство в организации. Природа и определение понятия лидерства. Содержание понятия лидерства в организации. Лидер и менеджер. Подходы к изучению лидерства. Теория лидерских качеств. Концепция лидерского поведения. Лидерство и власть. Подход с позиции личных качеств. Классификация стилей лидерства. Авторитарный, демократичный и либеральный руководитель. Руководитель, ориентированный на работу. Руководитель ориентированный на человека. Теория "X", "Y", "Z".

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

9. Понятие конфликта. Типы конфликтов. Причины конфликтов. Модель конфликта как процесса. Процесс развития и разрешения конфликтов. Конфликтная ситуация. Стратегия преодоления конфликтов.

Понятие конфликта. Типы конфликтов: внутриличностный, межличностные, между личностью и коллективом и между группами. Причины конфликтов. Модель конфликта как процесса. Основные типы "конфликтных" личностей. Процесс развития и разрешения конфликтов. Конфликтная ситуация. Фазы развития конфликтов. Стратегия преодоления конфликтов. Структурные методы преодоления конфликтов. Межличностные стили разрешения конфликтов.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

10. Формирование группового поведения. Группы и их значимость. Неформальные группы. Факторы, влияющие на эффективную работу группы.

Формирование группового поведения. Группы и их значимость. Неформальные группы. Факторы, влияющие на эффективную работу группы. Малые профессиональные группы. Уровни кооперации. Руководство. Профессиональная работоспособность. Морально–психологическая сплоченность. Межличностная совместимость. Целеустремленность группы. Демократичность руководства. Продуктивность работы. Удовлетворенность группы. Групповая норма производительности.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

11. Понятие категории «управления персоналом». Принципы СУП. Основные задачи СУП.

Понятие категории «управления персоналом». Принципы СУП. Основные задачи СУП. Понятие категории “управление персоналом”, проблемы системы управления персоналом на российских предприятиях. Принципы СУП. Основные задачи развития СУП и задачи совершенствования методов управления персоналом на российских предприятиях.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

12. Понятие карьеры, планирование деловой карьеры.

Понятие карьеры, карьеризма. Планирование деловой карьеры. Виды карьеры. Правила управления карьерой. Карьерограмма. Служебно-профессиональное продвижение.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

13. Подбор персонала, подготовка, переподготовка и повышение квалификации персонала.

Подбор персонала, подготовка, переподготовка и повышение квалификации персонала.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

14. Анализ кадрового потенциала. Оценка и аттестация персонала.

Анализ кадрового потенциала. Оценка и аттестация персонала. Организация подбора кадров в известных зарубежных фирмах. Система подбора кадров на российских предприятиях. Основные этапы подбора кадров. Классификация методов подбора кадров. Положительные и отрицательные стороны внешних и внутренних источников подбора кадров.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

15. Основные показатели и виды финансовой отчетности. Роль и значение современных автоматизированных систем учета финансовой информации.

Формы и виды финансовой отчетности предприятий. Основные показатели финансового состояния предприятия. Автоматизированные системы анализа финансовой отчетности предприятия.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

16. Модели, методология и организация процесса разработки управленческого решения.

Модели, методология и организация процесса разработки управленческого решения. Моделирование процесса принятия решений. Базисная модель принятия решений. Формирование требований и адекватности модели. Критерии классификации моделей. Сложность модели. Экспериментирование. Постановка задачи. Построение модели. Обновление модели. Проблемы моделирования. Нормативное моделирование управленческих ситуаций.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

17. Приемы разработки и выбора управленческого решения в условиях неопределенности и риска.

Приемы разработки и выбора управленческого решения в условиях неопределенности и риска. Принятие решений в условиях риска и неопределенности. Определение риска. Предмет и основные понятия теории игр. Модель игры. Нижняя и верхняя цена игры. Критерий Вальда. Критерий минимального риска Сэвижда. Метод статистических испытаний (метод Монте-Карло).

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

18. Контроль реализации управленческих решений. Управленческие решения и ответственность.

Контроль реализации управленческих решений. Управленческие решения и ответственность. Выработка альтернатив. Вероятностный прогноз. Выбор критериев оценки альтернатив. Оценка сценариев.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

19. Сущность и формы инновационного менеджмента.

Сущность и формы инновационного менеджмента. Требования к системе управления. Инновационные теории. Инновационная политика организации. Распространение инновации в условиях рынка.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

20. Прогнозирование в инновационном менеджменте.

Прогнозирование в инновационном менеджменте. Роль и сущность прогнозирования инноваций в деятельности организаций. Методы и формы прогнозирования. Прогнозная деятельность.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

21. Нововведение как объект инновационного управления.

Нововведение как объект инновационного управления. Тенденции и разновидности развития. Управление развитием. Патенто-лицензионная деятельность инновационной организации.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

22. Стратегия управления: стратегическое и долгосрочное планирование. Процесс стратегического планирования.

Стратегия управления: стратегическое и долгосрочное планирование. Суть стратегического управления. Траектория будущего. Экстраполяция. Конкурентоспособность.

Диверсификация. Управление на основе контроля за исполнением. Управление на основе гибких экспертных решений. Процесс стратегического планирования. Формирование стратегических целей и стратегий предприятия.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

23. Стратегия предприятия: эволюция управления предприятием.

Стратегия предприятия: эволюция управления предприятием. Когда следует формулировать стратегию предприятия. Изучение стратегических альтернатив Трудности при освоении процесса выработки стратегии производства.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

24. Определение стратегического потенциала организации на основе матрицы БКГ и матрицы жизненного цикла СХЗ.

Определение стратегического потенциала организации на основе матрицы БКГ и матрицы жизненного цикла СХЗ. Выбор позиции в конкуренции. Привлекательность СЗХ. Оценка уровня стратегических капиталовложений. Определение эффективности действующей стратегии. Оценка будущего конкурентного статуса.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

25. Альтернативные стратегии развития организации и их характеристика.

Альтернативные стратегии развития организации и их характеристика. Уровни осведомленности организации о потенциале ее развития. Сильные и слабые сигналы. Управление по слабым сигналам. Диагностика готовности. График разброса. Выбор вариантов решений. Управленческие решения по сильным и слабым сигналам.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

26. Управление организационными изменениями. Причины сопротивления изменениям.

Сущность организационных изменений. Важнейшие компоненты организационных изменений. Условия и причины организационных изменений. Характеристика видов организационных изменений. Характеристика основных объектов организационных изменений. Проблемы контроля, сопротивления и власти в организационных изменениях. Решение проблемы власти в ходе структурных реформ. Причины сопротивления изменениям. Виды сопротивления изменениям и методы их преодоления. Достоинства и недостатки различных методов преодоления сопротивления. Реструктуризация. Реинжиниринг. Развивающаяся организация. Технологии управления переменами.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

27. Менеджер: понятие, личные и деловые качества, функции. Менеджер и лидер. Стил и имидж менеджера.

Понятие «менеджер». Функциональные обязанности менеджера. Ситуации, в которых реализуются функции менеджера. Личные и деловые качества менеджера. Стили менеджмента. Лидерские качества менеджера.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

28. Понятие самоменеджмента. Аспекты самоменеджмента: работа с информацией, тайм-менеджмент.

Понятие самоменеджмента или тайм-менеджмента. Функции самоменеджмента. Методика самоменеджмента. Составляющие части самоменеджмента.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

29. Централизация и децентрализация управления. Делегирование полномочий. Виды полномочий.

Делегирование полномочий как часть децентрализации. Факторы, определяющие степень децентрализации управления. Преимущества централизации и децентрализации.

Факторы, влияющие на соотношение централизации и децентрализации

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

30. Коммуникационный процесс в менеджменте, его элементы и этапы.

Понятие коммуникаций в менеджменте. Этапы коммуникационного процесса. элементы коммуникаций.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

31. Понятие маркетинга, его основные принципы. Концепции маркетинга. Функции маркетинга.

Маркетинг: его сущность и содержание, подходы к определению. Основные исходные идеи маркетинга. Эволюция концепции маркетинга. Цели системы маркетинга. Принципы маркетинга. Функции маркетинга. Элементы маркетинга. Организация маркетинга на предприятии.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

32. Комплекс маркетинга.

Составляющее комплекса маркетинга. Комплекс маркетинга «4Р», комплекс маркетинга «5Р», комплекс маркетинга «6Р», комплекс маркетинга «7Р».

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

33. Понятие маркетингового исследования, его основные этапы. Характеристика этапов маркетингового исследования. Цели, объекты и методы маркетинговых исследований.

Определение и предмет маркетинговых исследований. Методы и типы маркетинговых исследований. Направления и объекты исследований. Современное маркетинговое исследование и его основные направления. Процесс планирования маркетингового исследования. Методический инструментарий маркетинговых исследований. Информация в маркетинговых исследованиях (виды, сбор и представление).

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

34. Сегментирование рынка. Выбор целевых сегментов рынка.

Общий подход к сегментированию рынка. Сегментирование потребительских рынков.

Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товара на рынке.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

35. Поведение потребителей, принципы и методы его изучения. Модель покупательского поведения. Факторы, определяющие поведение потребителей.

Поведение индивидуальных потребителей. Референтные группы и их типы. Формы влияния референтных групп на выбор потребителя. Вербальное влияние. Модели процессов персонального влияния. Влиятель - лидеры мнений. Использование персонального влияния в маркетинговых целях. Маркетинг, ориентированный на потребителя. Новые товары и инновации. Поведение индивидуальных потребителей. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей. Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей. Организационное покупательское поведение и Консюмеризм.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

36. Внешняя среда маркетинга: сущность, характеристики, факторы.

Внешняя среда маркетинга: макросреда (макроокружение); б) непосредственное окружение.

Факторы макросреды: демографические; экономические; природные; социально-культурные; научно-технические; политико-правовые.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

37. Внутренняя среда маркетинга: сущность, характеристики, элементы.

Основные факторы внутренней среды маркетинга: основные фонды компании; состав и профессионализм сотрудников фирмы; финансовое состояние; знания и квалификация руководства; внедрение технологий; имидж компании; опыт работы компании на рынке.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

38. Товар в маркетинге. Три уровня товара. Классификации товаров.

Товар как средство удовлетворения потребностей. Понятие товара в системе маркетинга. Основные свойства товара. Маркетинговая классификация товаров.

Дифференциация товаров. Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

39. Жизненный цикл товара и его фазы. Товарная политика. Маркетинговая политика в зависимости от стадии ЖЦТ.

Жизненный цикл товара. Концепция и стадии жизненного цикла товара. Товарная политика. Товарная номенклатура. Планирование ассортимента продукции.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

40. Система товародвижения и каналы сбыта. Понятие канала распределения. Функции канала распределения.

Каналы распределения товаров и услуг. Функции посредников. Функции канала распределения. Число уровней канала распределения. Вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы. Структура и управление каналами распределения. Товародвижение.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

41. Прямой маркетинг, личные продажи как составляющие коммуникационной политики фирмы.

Инструменты коммуникационной политики фирмы: прямой маркетинг, личные продажи. Этапы процесса личных продаж.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

42. Маркетинговая информация. Источники маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система.

Цели маркетинговой информационной системы. Функционирование маркетинговой информационной системы. Модели маркетинговых информационных систем.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

43. Содержание рекламы, ее виды и механизм её воздействия на покупателей. Сущность рекламы как основа неличной коммуникации. Основные определения.

Возникновение рекламы, Основные формы рекламы, этапы развития рекламы. Виды и средства рекламы. Организация рекламной деятельности на предприятии. Планирование рекламной деятельности предприятия. Рекламный бюджет предприятия и оценка эффективности рекламной деятельности.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

44. PR как составляющая коммуникационной политики фирм.

Основные концепции и принципы организации деятельности по связям с общественностью (PR). Паблик рилейшнз как система установления связей с общественностью: сущность, роль и значение паблик рилейшнз. PR в коммуникационной системе маркетинга: реклама и PR. Организационные структуры PR. Общественность: целевые группы и контактные аудитории. Общественное мнение: изучение общественного мнения. Внутренний и внешний PR. Внутренний PR: принципы и методы. Информационные методы внутреннего PR: корпоративные издания. Внешний паблик рилейшнз: стратегический подход в планировании PR.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

45. Фирменный стиль. Бренд.

Основные характеристики бренда. Основные понятия: товарный знак, торговая марка, бренд. Бренд-ориентированный маркетинг. Структура и матрица бренда. Идентичность бренда. Индивидуальность бренда, восприятие, ассоциации. Модели разработки бренда. Креативные и психотехнологии рождения брендов. Имя. Дизайн. Мифологические корни брендинга. Упаковка. Фирменный знак, логотип, символ.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

46. Ценовая политика, структура расходов. Маркетинговое ценообразование.

Цели и задачи ценовой политики и ее роль в маркетинге. Этапы установления исходной цены. Ценовая дискриминация. Факторы, влияющие на решение по ценам. Методы ценообразования. Этапы процесса ценообразования. Стратегии ценообразования на товар новинку.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

47. Основные функции маркетинга и содержание маркетинговой деятельности. Организация маркетинга на предприятии.

Функции маркетинга: аналитические; производственные; распределительно-сбытовые; управленческие. Организационные структуры маркетинга на предприятии.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

48. Маркетинговая информационная система.

Цели маркетинговой информационной системы. Функционирование маркетинговой информационной системы. Модели маркетинговых информационных систем.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

49. Маркетинговый контроль. Необходимость, сущность и типы.

Значение, сущность и основные направления маркетингового контроля в организации.

Необходимость маркетингового контроля.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

50. Особенности маркетинга услуг.

Маркетинг и маркетинговая среда предприятия сферы услуг. Сущность, содержание и цели маркетинговой деятельности в сфере сервиса. Маркетинговые исследования в сфере услуг. Комплекс маркетинга в сфере услуг. Сегментация рынка в сфере услуг.

Маркетинговая продуктовая стратегия сервисного предприятия. Сбытовая политика сервисного предприятия. Маркетинговая коммуникационная политика сервисного предприятия. Маркетинговая ценовая политика сервисного предприятия.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

51. Маркетинговая стратегия. Элементы стратегии. Стратегическое планирование в маркетинге.

Стратегический план маркетинга. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга. Содержание стратегического планирования маркетинга. Структура стратегического плана маркетинга. Сущность и содержание оперативного плана маркетинга на предприятии. Последовательность разработки планов. Бюджет маркетинга. Особенности выбора стратегии развития малых, средних и крупных фирм. Контроль, оценка и аудит маркетинга.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

52. Стимулирование сбыта как составляющая коммуникационной политики фирмы.

Элементы стимулирования сбыта. Средства стимулирования сбыта. Цели стимулирования сбыта.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

53. Сбытовая политика: вертикальные маркетинговые системы и каналы сбыта.

Каналы распределения продукции как элемент комплекса маркетинга. Необходимость рынка промежуточных продавцов. Функции службы распределения товаров. Классификация уровней канала распределения. Виды каналов сбыта. Сбытовая политика.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

54. Понятие маркетинговых коммуникаций. Коммуникационная политика и ее составляющие.

Продвижение товаров и услуг на рынке как элемент комплекса маркетинга. Элементы товародвижения. Виды транспортировки. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Решения по проблемам товародвижения. Стимулирование сбыта как составляющая коммуникационной политики фирмы.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

55. Понятие конкурентоспособности товара в системе маркетинга.

Различные подходы к проблеме определения конкурентоспособности товара. Оценка уровня конкурентоспособности.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

56. Процесс принятия решений потребителями, его основные стадии применительно к товарам различных категорий.

Основные этапы принятия решения потребителем. Факторы, влияющие на процесс принятия решения о покупке. типы процессов принятия решения: первичные, повторные и импульсивные покупки. Особенности процесса принятия решений потребителями.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

57. Основные виды исследований потребителей.

Основные виды исследований потребителей: наблюдение за поведением потребителей; проведение фокус-группы; сбор данных о потребителях в "кабинетных" и "полевых условиях"; проведение эксперимента.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

58. Типы ситуаций, влияющие на поведение потребителей.

Потребительские ситуации: ситуации коммуникации (коммуникационные ситуации), ситуации покупки и ситуации использования покупки.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

59. Понятие маркетинга интеллектуальных продуктов, его основные принципы.

Сущность и особенности маркетинга интеллектуальных продуктов. Сущность интеллектуального продукта. Жизненный цикл интеллектуального продукта. Принципы организации маркетинга интеллектуальных продуктов. Основные маркетинговые стратегии продвижения интеллектуального продукта. Применение комплекса маркетинга на рынке интеллектуальных продуктов. Виды и особенности интеллектуальных продуктов.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

60. Рекламная кампания: бюджетные ограничения.

Планирование рекламной деятельности предприятия. Рекламный бюджет предприятия и оценка эффективности рекламной деятельности.

Критерии оценки: знание основных терминов, понимание причинно-следственных связей, владение понятийным аппаратом.

Экзаменационные практические задания государственного экзамена
ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 1

Часто после рабочего дня менеджер констатирует: «Я целый день напряженно работал, однако многое из того, что я намечал сделать, осталось невыполненным!»

Какие причины, по вашему мнению, мешают выполнять все намеченное? Что необходимо сделать, чтобы ежедневно можно было реализовывать свои планы без перенапряжения?

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 2

В рамках менеджмента особую роль играет принятие правильных управленческих решений, поскольку от этого зависит успех в бизнесе. В практике встречаются следующие варианты:

- руководитель принимает решение и сообщает результат подчиненным, если это необходимо;
- руководитель принимает решение и сообщает, потому он его принял;
- руководитель принимает решение, но при этом интересуется мнением подчиненных, приветствует их вопросы, получая, таким образом, возможность проверить решение и в случае необходимости внести изменения;
- руководитель принимает решение и представляет его группе на доработку.

Какой из предложенных вариантов вы считаете предпочтительным, обоснуйте свою позицию.

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 3

Важная задача менеджера – максимально задействовать творческий потенциал коллектива. Для этого у менеджера имеется следующий диапазон действий:

1. Предлагать сотрудникам работу, способствующую их общению.
2. Проводить с партнерами совещания, советоваться с ними по делам фирмы.
3. Сохранять неформальные группы в коллективе, не мешающие функционированию фирмы.
4. Создавать условия для социальной активности работника.
5. Предлагать сотрудникам более содержательную творческую работу.
6. Обеспечивать им обратную связь в соответствии с достигнутыми результатами.
7. Оценивать и поощрять все положительные достижения каждого сотрудника.

Какие действия менеджера по увеличению творческой отдачи в работе подчиненных вы считаете главными и почему?

Какие еще меры, по вашему мнению, может предпринимать менеджер, чтобы добиться роста производительности и повышения активности труда подчиненных?

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 4

Конфликты в коллективе могут стоить менеджеру немалых нервов, а фирме – убытков. Поэтому лучше, если руководителю удастся вовремя их распознать и сделать соответствующие выводы. Ситуации, как правило, возникают одни и те же.

- Дело, над которым работает коллектив, перестает быть общим.

Каждый трудится сам по себе. Дружеская помощь оказывается не «в ходу».

- Сотрудники перестают доверять друг другу, делиться рабочими и личными планами.

- Во время разговоров во главу угла ставятся негативные факты. Собеседник скорее выскажет замечание в адрес коллеги, чем тепло отзовется о нем.

Что должен делать менеджер, чтобы в коллективе не возникло конфликтных ситуаций?

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 5

Общепризнанно, что менеджер должен быть лидером, оказывающим энергичное воздействие на каждого работника и коллектив в целом, направлять их действия на достижение целей, поставленных перед фирмой. Может ли увеличивать менеджер свою власть, передав часть ее своим подчиненным (делегирование полномочий), в частности поручив им ответственные задания? Обоснуйте ответ.

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 6

Хотя главной задачей менеджера является максимизация прибыли, получаемой компанией, все большее значение приобретает и его социальная ответственность перед обществом, его конкретные действия, обеспечивающие решение проблем, стоящих перед страной.

Должен ли, по вашему мнению, предприниматель в современной России выполнять социальные обязательства перед страной и в каких формах?

Будет ли ему в конечном итоге это выгодно, в том числе в финансовом отношении? Если да, то почему?

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 7

Как лучше работать с хозяйственным партнером? Этот вопрос стоит перед каждым менеджером. Здесь можно использовать следующие подходы:

- Попросить партнера более подробно рассказать о проблеме. Это будет способствовать более четкому определению позиций сторон.

- Помочь партнеру глубже вникнуть в ситуацию, делая по ходу беседы краткие, запоминающиеся обобщения-заклучения.

- Ориентировать партнера на творческие рассуждения, чтобы проблема получила более разностороннее освещение.

- Убедить партнера, что откладывает решение в сложившейся ситуации невыгодно. Это позволит определить реальность намерений партнера о сотрудничестве с вами.

Какой из отмеченных подходов, на ваш взгляд, наиболее эффективен?

Какие еще подходы в деловых переговорах, способствующие их успеху, вы могли бы предложить?

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 8

Что необходимо знать, чтобы выбрать и сформулировать миссию фирмы:

- историю фирмы, ее профиль, место на рынке;
- стиль поведения и действия собственников и менеджеров фирмы?
- ресурсы, которыми располагает фирма;
- состояние среды обитания;
- отличительные особенности фирмы?

Достаточно ли этих данных для определения миссии фирмы?

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 9

Вы получили информацию о падении курса рубля по отношению к доллару на 10 пунктов. Какие решения Вы примите:

- как менеджер предприятия;
- как управляющий отделом планирования, финансовым отделом, отделом сбыта и т.д.
- как руководитель низшего звена?

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 10

В какой последовательности Вы будете проводить беседу с вновь принятым сотрудником:

- познакомлю с организацией и обстановкой в ней;
- ознакомлю с трудностями в работе;
- поздравлю с началом работы;
- подробно изложу требования к работнику?

Имеет ли последовательность вопросов какое-либо значение?

О чем может идти речь в первой беседе кроме этого?

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 11

1. Используйте матрицу Бостонской консультативной группы, ответьте на вопрос: Что делать:

- А. Господствовать.
- Б. Инвестировать.
- В. Зарабатывать.
- Г. Снять урожай.

Если доля реализуемой продукции Вашего предприятия возросла с 1% до 5%, то

Матрица БКГ

ЗВЕЗДА	ЗНАК ВОПРОСА (телята)
ДОЙНАЯ КОРОВА	СОБАКА

высокая

низкая

Относительная доля рынка

Где

квадрат 1 – ЗВЕЗДА – предприятие, завоевавшее большую долю рынка в растущем секторе экономики;

квадрат 2 – ЗНАК ВОПРОСА – предприятие, завоевавшее небольшие доли рынка в быстро растущих отраслях;

квадрат 3 - ДОЙНАЯ КОРОВА - предприятие, завоевавшее большие доли рынка в зрелых отраслях;

квадрат 4 – СОБАКА – предприятие с низкой долей рынка в отраслях, переживающих стагнацию.

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 12

Требования, каких принципов управления не соблюдаются в следующих ситуациях:

1. Отличившихся работников премируют за эффективный труд с большим опозданием.

2. Работники, получившие премию, не знают, за что они были премированы.

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 13

Требования, каких принципов управления не соблюдаются в следующих ситуациях:

1. Зарботная плата библиотекаря равна зарботной плате уборщицы.

2. Мастер цеха, минуя своего непосредственного начальника цеха, идет с жалобой или прошением к зам.директора предприятия.

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 14

Требования, каких принципов управления не соблюдаются в следующих ситуациях:

1. Подчиненный получает указание от двух руководителей.

2. На предприятии плохо поставлена работа по развитию инициативы работников.

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 15

Сформулируйте миссию:

1) вуза, где Вы обучаетесь;

2) предприятия (организации), где Вы проходили производственную практику;

3) фирмы, созданной в ходе деловых игр, где Вы – высший руководитель

(генеральный директор).

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 16

Холодильники «Атлант-22» находятся на стадии зрелости. В целях их продвижения было решено использовать рекламу. При этом одна из основных задач рекламы была сформулирована так:

- 1) создать имидж производителя;
- 2) стабилизировать продажи благодаря совершению повторных покупок;
- 3) напомнить о существовании на рынке товара;
- 4) информировать о местах продажи.

Для такой рекламы скорее всего будут выбраны:

- 1) радио;
- 2) телевидение;
- 3) журналы;
- 4) газеты.

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 17

Установить последовательность

Основные этапы PR-кампании в порядке проведения

- 1) оценка сложившейся ситуации
- 2) формулирование целей кампании
- 3) выбор инструментов воздействия в рамках PR
- 4) определение и изучение целевой аудитории
- 5) проведение запланированных в рамках кампании мероприятий
- 6) разработка бюджета кампании
- 7) заключительный контроль итогов кампании и оценка ее эффективности

Варианты ответа:

- 1) 2,1,3,5,4,6,7
- 2) 1, 2,4,3,6,5, 7

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 18

Каждый товар имеет свой жизненный цикл. При его описании обычно рассматривается:

- 1) время, в течение которого разрабатывается новый товар и осуществляется его массовое производство;
- 2) интервал времени от момента запуска в массовое производство до момента снятия с производства;
- 3) время, в течение которого товар находится на рынке;
- 4) интервал времени от момента начала проведения пробных продаж до снятия с массового производства.

Выберите один из вариантов ответа.

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 19

Организация собственной сбытовой сети требует больших затрат, поэтому не рекомендуется для предприятий, обслуживающих узкие сегменты рынка и отдельных непостоянных заказчиков. Преимущества создания собственной сбытовой сети:

1. Организация прямого взаимодействия с конечными потребителями продукции, что позволяет организовать прямой доступ к первичной информации о потребностях и предпочтениях основных покупателей, мотивации клиентов, тенденциях развития рынка - спроса и предложения, деятельности конкурентов на рынке, отношении покупателей к продукции компании и конкурентов и т.п. Таким образом, прямые контакты позволяют "чувствовать" рыночный спрос, иметь первичную информацию, что, в конечном счете, позволяет формировать оптимальную рыночную стратегию.

2. Собственная сбытовая сеть ориентирована на реализацию только продукции компании, все усилия менеджеров и агентов по сбыту распределены согласно общей маркетинговой и сбытовой стратегии компании.

3. Повышается возможность организации строгой системы учета и контроля за товародвижением продукции, объемами реализации, возвратом товара и его причинами.

Варианты ответов:

1) 1,2.

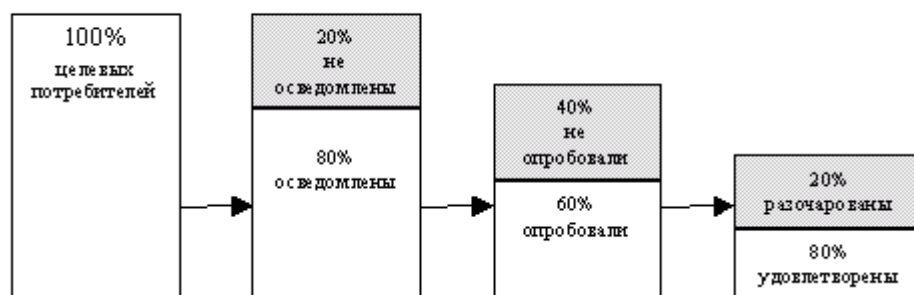
2) все кроме 1.

3) все перечисленное

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 20

На рисунке изображен анализ ...

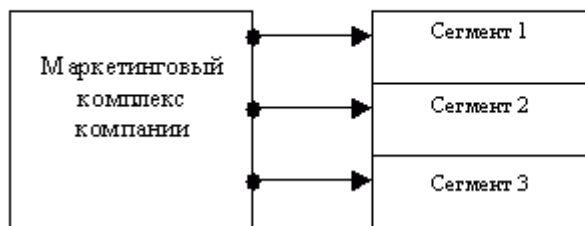


1. обратной связи
 2. канала коммуникации
 3. структуры обращения
 4. состояния покупательской готовности
 5. стимулирования сбыта
- Выберите верный вариант ответа.

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 21

На рисунке изображена схема стратегии охвата рынка ... маркетинг



1. концентрированный
2. недифференцированный
3. дифференцированный
4. двусторонний
5. массовый

Выберите верный вариант ответа

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 22

В промышленном маркетинге действует правило Парето, которое имеет некоторый диапазон вариаций для каждого предприятия. Какое соотношение, утверждающее что X% покупателей обеспечивают Y% прибыли, на Ваш взгляд наиболее вероятно для промышленного предприятия?

Варианты ответов:

- 1) 10% покупателей обеспечивают 90% прибыли
- 2) 40% покупателей обеспечивают 60% прибыли
- 3) 30% покупателей обеспечивают 70% прибыли
- 4) 20% покупателей обеспечивают 80% прибыли

Приведите другие примеры действия правила Парето.

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 23

Фирма «Сигма» реализует бухгалтерские программы. Рост объема продаж осуществляется за счет привлечения партнеров, а также стимулирования работы продавцов и введения системы скидок. Фирма «Сигма» привлекает производителей компьютеров к их продаже с обязательным включением в программное обеспечение бухгалтерских программ фирмы. Некоторые налоговые инспекции требуют сдачи отчета предприятий в форме программ фирмы «Сигма». Внимание маркетинговых служб фирмы сосредотачивается на расширении рынка сбыта любыми средствами. Покажите построение концепции интенсификации коммерческих усилий на примере фирмы «Сигма».

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 24

Институт «Омега» предлагает платные высококвалифицированные современные образовательные услуги для молодежи, которые постоянно совершенствуются. Привлечение все большего числа студентов в Москве и филиалах, открытие новых филиалов, востребованность образовательных услуг, оказываемых институтом, обеспечивают развитие

института. Для этого, создаются современные средства обучения (учебники, компьютерные программы), развиваются дистанционные формы обучения, используются современные методы обучения (деловые игры, обучающие программы на ПК, тестирование, видео-лекции и др.), привлекаются высококвалифицированные преподаватели, осуществляется обучение наиболее востребованным в настоящее время профессиям (экономист, юрист, менеджер, психолог, программист), современные средства обучения доводятся до всех филиалов в любой точке страны. Обоснуйте применение концепции маркетинга на примере создания коммерческого института «Омега».

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 25

Какие из перечисленных стратегий являются стратегиями реализации интенсивного развития промышленного предприятия:

- Стратегия диверсификации
- Стратегия увеличения рыночной доли
- Стратегия развития продукта
- Стратегия разработки новых рынков
- Стратегия интегрального развития
- Стратегия интенсивной конкуренции
- Стратегия абсолютного охвата рынка

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 26

Установить последовательность: основные этапы деятельности по стимулированию сбыта в порядке следования

1. выбор средств
2. постановка цели
3. разработка программы
4. реализация
5. тестирование программы
6. оценка результатов

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 27

Установить последовательность

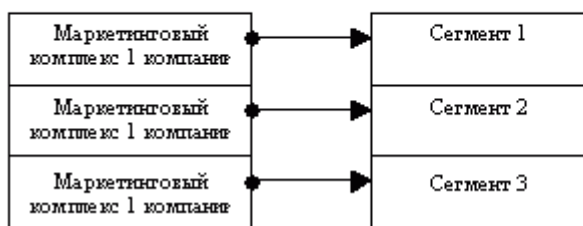
Последовательность этапов процесса анализа конкурентов в порядке следования

1. выявление конкурентов компании
2. определение целей конкурентов
3. установление стратегий конкурентов
4. оценка спектра возможных реакций конкурентов
5. оценка сильных и слабых сторон конкурентов

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 28

На рисунке изображена схема стратегии охвата рынка ... маркетинг



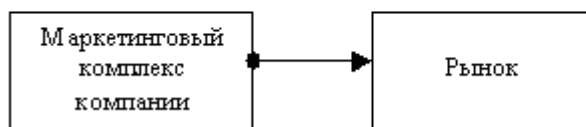
Выбрать правильные варианты

1. дифференцированный
2. недифференцированный
3. концентрированный
4. двусторонний
5. сетевой

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 29

На рисунке изображена схема стратегии охвата рынка:



Выбрать правильные варианты

1. недифференцированный маркетинг
2. дифференцированный маркетинг
3. концентрированный маркетинг
4. двусторонний маркетинг
5. микромаркетинг

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.

ЗАДАНИЕ К БИЛЕТУ № 30

Магазин верхней одежды в весенне-летний период года испытывает значительные трудности с реализацией товаров зимнего ассортимента.

Ответьте на вопросы:

1. Какую из перечисленных ниже стратегий маркетинга должен использовать менеджер:

- ремаркетинг;
- синхромаркетинг;
- демаркетинг?

2. В чем выбранный Вами вариант отличается от других?

3. Перечислите конкретные мероприятия, направленные на стимулирование сбыта продукции?

Критерии оценки: умения выпускника систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных практических задач в профессиональной сфере.