

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Экономический факультет
Кафедра маркетинга и торгового дела

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор Иванов А.Г.
« 27 » 2017 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

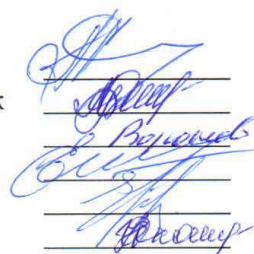
Направление подготовки	38.03.06 «Торговое дело»
Направленность (профиль)	Маркетинг в торговле
Программа подготовки	Академическая
Форма обучения	Очная
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

Краснодар 2017

Рабочая программа государственной итоговой аттестации (ГИА) составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата) профиль маркетинг в торговле.

Программу составил(и):

А.Н. Костецкий, зав.кафедрой маркетинга
и торгового дела, канд.экон.наук, доцент
А.Р. Муратова, ст.преподаватель, канд.экон.наук
А.А. Воронов, профессор, д-р экон.наук
Е.М. Малкова, доцент, канд.экон.наук
Е.В. Шевченко, доцент, канд.экон.наук
Н.Р. Чекашкина, преподаватель



Программа государственной итоговой аттестации утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела протокол № 10 «17» июня 2017г.
Заведующий кафедрой маркетинга и торгового дела Костецкий А.Н.



Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 8 «20» июня 2017 г.

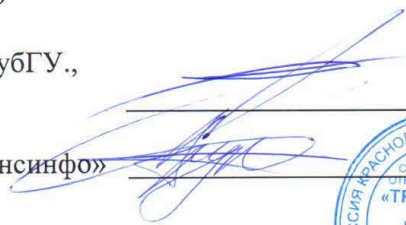
Председатель УМК факультета Дробышевская Л.Н.



Рецензенты:

Шевченко И.В.. декан экономического факультета КубГУ, зав. кафедрой мировой экономики и менеджмента КубГУ., д-р экон. наук, проф.

Арутюнянц Г.С., директор ООО «Трансинфо»



1. Цели и задачи государственной итоговой аттестации (ГИА)

1.1 Целью государственной итоговой аттестации является определение соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), уровня сформированности общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций и степени готовности выпускника к выполнению профессиональных задач.

Задачами ГИА являются:

- систематизация и закрепление знаний и умений обучающегося при решении конкретных профессиональных задач;
- определение уровня подготовки выпускника к самостоятельной работе;
- оценка понимания современных тенденций развития коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической деятельности;
- оценка системности владения выпускником теоретическими знаниями и практическими навыками по вопросам маркетинговой деятельности торгового предприятия, готовности применения этих знаний при решении конкретных практических задач;
- формирование мотивации выпускников на дальнейшее повышение уровня компетентности в избранной сфере профессиональной деятельности на основе углубления и расширения полученных знаний и навыков.

2. Место ГИА в структуре образовательной программы.

Государственная итоговая аттестация, завершающая освоение основных образовательных программ, является обязательной итоговой аттестацией обучающихся.

Государственная итоговая аттестация относится к базовой части Блока 3 в структуре основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело и завершается присвоением квалификации «бакалавр».

К государственным аттестационным испытаниям, входящим в состав ГИА, допускается студент, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план ООП ВО.

3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении ГИА, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Государственная итоговая аттестация призвана определить степень сформированности компетенций - теоретические знания и практические навыки выпускника в соответствии с компетентностной моделью.

В частности, проверяется обладание выпускниками компетенциями в области следующих предусмотренных образовательным стандартом видов профессиональной деятельности:

- торгово-технологической;
- организационно-управленческой;
- научно-исследовательской;
- проектной;
- логистической.

По итогам ГИА проверяется степень освоения выпускником общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, отнесенные к тем видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована ООП и предусмотренных ФГОС ВО по направлению «Торговое дело», профиль «маркетинг в торговле»

Код компетенции	Содержание компетенции
Общекультурные компетенции	
ОК-1	способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности
ОК-2	способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах
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 команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК-5	способностью к самоорганизации и самообразованию
ОК-6	способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности
ОК-7	способностью поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК-8	готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
ОК-9	владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
ОК-10	готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма
Общепрофессиональные компетенции	
ОПК-1	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-2	способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем
ОПК-3	умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов
ОПК-4	Способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией
ОПК-5	готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления
Профессиональные компетенции	
торгово-технологическая деятельность	
ПК-1	Способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг,

	оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству
ПК-2	способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери
ПК-3	готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
ПК-4	способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации
организационно-управленческая деятельность	
ПК-5	способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами
ПК-6	способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение
ПК-7	способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров
ПК-8	готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания
ПК-9	готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации
научно-исследовательская деятельность	
ПК-10	способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности
ПК-11	способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
проектная деятельность	
ПК-12	способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий
ПК-13	готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
ПК-14	способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность
логистическая деятельность	
ПК-15	готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы

4. Объем государственной итоговой аттестации.

Общая трудоёмкость ГИА составляет 6 зач.ед.

В Блок 3 "Государственная итоговая аттестация" входит защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Итоговой государственной аттестацией в соответствии с учебным планом является защита выпускной квалификационной работы (далее ВКР).

Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования предусмотрено выполнение выпускной квалификационной работы (далее – ВКР), что позволяет оценить не только овладение выпускником высшего учебного заведения теоретическими знаниями, но и умение применить эти знания на практике.

Основными целями выполнения и защиты ВКР являются:

- углубление, систематизация и интеграция теоретических знаний и практических навыков по направлению подготовки;
- развитие умения критически оценивать и обобщать теоретические положения;
- применение полученных знаний при решении прикладных задач по направлению подготовки;
- стимулирование навыков самостоятельной аналитической работы;
- овладение современными методами научного исследования;
- выявление степени подготовленности выпускников к практической деятельности в современных условиях;
- демонстрация навыков публичной дискуссии и защиты научных идей, предложений и рекомендаций.

Вид выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело профиля маркетинг в торговле выполняется в виде бакалаврской работы

Выпускная квалификационная работа является заключительным этапом обучения в высшем учебном заведении и направлена на систематизацию, закрепление и углубление знаний, умений и навыков по направлению и их эффективное применение в решении конкретных задач в сфере маркетинга в торговле.

Выпускная квалификационная работа является результатом самостоятельной творческой работы. Качество ее выполнения позволяет дать дифференцированную оценку квалификации выпускника выполнять свои будущие обязанности на предприятии. Если ВКР выполнена на высоком теоретическом и практическом уровне, она должна быть представлена руководству предприятия, на материалах которого проведены исследования, для принятия решения о возможности внедрения разработанных мероприятий.

Выпускной квалификационной работе должны быть присущи актуальность и новизна. Работа должна иметь научную и практическую ценность. На оценку качества влияет количество научных публикаций и докладов по теме работы.

В процессе подготовки и защиты выпускной квалификационной работы студент должен показать:

- достаточную теоретическую подготовку и способность проблемного изложения теоретического материала;
- навыки ведения исследовательской работы;
- умение самостоятельного обобщения результатов исследования и формулирования выводов;
- умение изучать и обобщать информацию, изложенную в нормативных актах и литературных источниках;
- способность решать практические организационно-экономические задачи;
- навыки комплексного анализа ситуаций, моделирования и расчетов, владения современной вычислительной техникой;
- умение грамотно применять методы оценки экономической и социальной эффективности предлагаемых решений;

– умение логически строить текст, формулировать и обосновывать выводы и предложения.

Автор выпускной квалификационной работы несет полную ответственность за самостоятельность и достоверность проведенного исследования. Все использованные в работе материалы и положения из опубликованной научной и учебной литературы, других информационных источников обязательно должны иметь на них ссылки.

Объем выпускной квалификационной работы, не считая приложений должен составлять, как правило, 60 - 85 стр.

Структура выпускной квалификационной работы и требования к ее содержанию

В соответствии с темой и проблемой ВКР формулируется ее цель, в наиболее общем виде представляющаяся как выявление маркетинговых факторов повышения эффективности деятельности производственно-коммерческой организации и способов их практической реализации. В то же время каждый студент должен уделить особое внимание максимально точной и конкретной формулировке цели своего исследования.

Целенаправленность ВКР обеспечивается набором задач, решением которых достигается сформулированная цель. При этом количество решаемых задач определяется логически оправданной потребностью в них. Следует иметь в виду, что ограниченный перечень задач (до 3) делает примитивной сущность исследования, а избыточный перечень (более 7) лишает исследование конкретности и глубины.

подавляющее большинство ВКР в связи с особенностями направления «Торговое дело», как правило, имеет четко выраженный научно-исследовательский характер, часто вызывает необходимость не менее четкого определения состава инструментов, методических приемов и алгоритмов, используемых при решении поставленных задач.

Содержательная структура ВКР включает:

- **введение**, в котором рассматриваются основное содержание и значение выбранной темы выпускной работы, показана ее актуальность на современном этапе социально-экономического развития России. При этом должны быть определены цели и задачи, которые ставит перед собой студент при выполнении работы;

- **теоретическая часть**, в которой студент должен показать знания имеющейся научной, учебной и нормативной литературы, в т.ч. на иностранном языке по выбранной тематике;

- **практическая часть**, в которой студент должен продемонстрировать умение использовать для решения поставленных им в работе задач теоретических знаний. Студент должен провести обобщение и анализ собранного фактического материала, результаты которого должны найти свое отражение в тексте выпускной квалификационной работы;

- **заключительная часть** должна содержать выводы по проведенной работе, а также предложения или рекомендации по использованию полученных результатов;

- **список использованной литературы**.

Введение представляет собой краткое резюме ВКР. Здесь приводится обоснование актуальности выбранной темы, цель и задачи выпускной квалификационной работы, объект и предмет изучения, состав методических приемов, применяемых при решении задач, сведения об источниках информации, которыми пользовался автор при подготовке работы. Важной частью введения является краткая констатация теоретических, методических и практических результатов проведенного исследования, сведения о научной новизне и практической значимости использованных выводов и рекомендаций, об их апробации на студенческих научных конференциях или в практике деятельности предприятий, если это имело место.

В конце введения приводится краткая количественная характеристика объема и структуры работы, использованных иллюстративных материалов и литературных источников.

В первом разделе рассматриваются теоретические аспекты темы, при этом первоначально всесторонне характеризуется объект исследования: рынок товаров или услуг (международный, региональный, страновой), организация (международная корпорация, холдинг, фирма, банк и т.п.), условия функционирования объекта (политическая и экономическая стабильность региона, страны), особенности поля деятельности (инфраструктура, действующие льготы и ограничения, развитие транспортных путей, национальные особенности и т.д.).

Изучение теоретических вопросов темы предполагает анализ взглядов, концепций, установок, нашедших отражение в монографиях, научно-производственных и производственных изданиях, статьях, тезисах докладов и выступлений на научных конференциях и семинарах. На основе выполненного анализа уточняется степень разработанности, состав и содержание вопросов, нуждающихся в дальнейшем изучении.

Правильность принятых в этом разделе теоретических положений (выдвинутых дипломником или выбранных им из состава известных) должна быть подтверждена в последующих частях работы.

Второй – методический – раздел ВКР посвящается разработке, совершенствованию, уточнению или обоснованию выбора методики проведения исследований. Это может быть методика проведения маркетинговых исследований в целом, исследований стратегий, прогноза конкурентоспособности предприятия, товара, услуг, динамики развития отдельных рынков, исследований социально-этических проблем в маркетинге, мотивации потребительского поведения, механизмов принятия решений и др. Раздел должен завершаться выводами, характеризующими достижения магистра в методическом аспекте.

В третьей – организационно-экономической (прикладной) части ВКР излагаются промежуточные и конечные результаты исследований, проведенных по ранее принятой методике. Эти результаты должны представляться в графической (графики, диаграммы, табуляграммы) или табличной форме с обязательной интерпретацией полученных результатов и соответствующими выводами.

Обязательным структурным элементом прикладной части работы является описание результатов авторского маркетингового исследования, которое должно включать план проведения исследования, табличную часть и ее визуализацию в виде диаграмм, аналитическую часть.

В этом же разделе разрабатываются предложения (рекомендации), направленные на использование полученных результатов в практике, и оформляемые в виде проекта мероприятий, рекомендуемых к внедрению, включающего обоснование необходимости и состав предлагаемых мероприятий, базовую методологию и методику их реализации, бюджет и прогноз экономической эффективности от их реализации.

Для оценки экономической эффективности предложенных мероприятий первоначально излагается соответствующая методика, а затем приводятся расчеты, позволяющие количественно оценить предполагаемый экономический эффект. В тех случаях, когда экономический эффект может возникать у двух или нескольких участников изучаемого процесса, желательно осуществлять его оценку у каждого участника отдельно. Данное положение полностью относится к оценке социального эффекта, если дипломнику удастся доказать возможность возникновения этого эффекта в ходе реализации предложенных мероприятий.

В заключении ВКР кратко и логически обоснованно излагаются наиболее важные конкретные результаты проработки темы. Желательно соблюдать последовательность изложения заключения: теоретические выводы, оценка сложившейся ситуации, методические особенности решения вопросов (проведения исследования, выполнения

анализа, расчета эффекта и др.) с выявлением сущности и новизны, конкретные результаты проведенных анализов и расчетов.

Завершается работа списком использованных источников и приложениями. В список использованных источников включаются все источники, на которые есть ссылки в тексте работы, а также изученные в процессе выполнения работы издания, материалы которых повлияли на структуру работы и ее основные положения.

К неосновному тексту ВКР относятся приложения, в состав которых входят таблицы (особенно громоздкие) с первичными данными, вспомогательные материалы и документы. Наличие в ВКР приложений не является обязательным. Примерное содержание выпускной квалификационной работы представлено в Приложении 1.

Выпускная квалификационная работа должна включать рукопись, отзыв научного руководителя.

Процедура защиты ВКР служит инструментом, позволяющим государственной экзаменационной комиссии сформировать обоснованное суждение о том, достиг ли ее автор в ходе освоения образовательной программы результатов обучения, отвечающих квалификационным требованиям ФГОС ВО.

Выпускной квалификационной работе должны быть присущи актуальность и новизна. Работа должна иметь научную и практическую ценность. На оценку качества влияет количество научных публикаций и докладов по теме работы.

Государственная экзаменационная комиссия в ходе защиты выявляет наличие у автора ВКР знаний, умений и навыков, присущих работнику, способному самостоятельно решать научно-исследовательские, организационно-управленческие, научно-учебные задачи.

Примерная тематика выпускных квалификационных работ

Темы выпускных квалификационных работ определяются выпускающей кафедрой маркетинга и торгового дела и утверждаются учебно-методическим советом факультета ежегодно.

Студент может самостоятельно выбрать одну из тем, либо предложить собственную, обосновав целесообразность ее разработки и согласовав свое предложение с научным руководителем и заведующим кафедрой. При выборе и формулировке темы следует стремиться к ее проблемной постановке, т.е. выразить желаемый результат проводимого исследования в достаточно конкретной форме.

Выбрать тему и согласовать ее с научным руководителем следует в начале 7-го семестра периода обучения не позднее 1-го октября, в подтверждение чего на кафедру маркетинга и торгового дела подается соответствующее заявление, подписанное студентом и научным руководителем.

Тема выпускной квалификационной работы должна быть направлена на решение актуальной комплексной проблемы маркетинговой деятельности торгового предприятия или иного предприятия, осуществляющего активную сбытовую деятельность на рынке, отражать достигнутый уровень знаний в рассматриваемой области и соответствовать избранному направлению подготовки. Результаты проработки вопросов по теме должны иметь практическое значение для конкретного объекта исследования. Соответственно выбор темы осуществляется одновременно с оценкой возможности ее реализации на реальном предприятии.

Актуальность темы необходимо обосновать: анализом литературных источников; подбором статистических данных, отражающих ситуацию, сложившуюся в данный момент времени; доказательством необходимости разрешения сложившейся ситуации.

Примерная тематика выпускных квалификационных работ приведена в Приложении 2.

Требования к выпускной квалификационной работе

Общие требования

Выпускная квалификационная работа выполняется на листах формата А4 машинописным способом и содержит следующие основные элементы: титульный лист (см. Приложение), содержание, введение, основную часть, заключение, библиографический список, приложения.

Текст работы должен быть размещен с выделением свободных полей следующих размеров: слева – 25–30 мм, справа – не менее 10 мм, сверху и снизу – 20–25 мм. При использовании текстового редактора Microsoft Word необходимо выбирать шрифт Times New Roman, размер 14 пт., междустрочный интервал полуторный, цвет только черный. Выделение жирным и курсивом может применяться по мере целесообразности, например, для заголовков глав. Функция «автоматическая расстановка переносов» должна быть включена. Абзац начинается с красной строки, его размер – 1 см. Никаких дополнительных интервалов между абзацами не допускается. Нумерация страниц сквозная, начиная с титульного, номера страниц наносятся в свободном поле в правом верхнем углу листа (номер на титульном листе не наносится!). Приложения нумеруются отдельно.

В оглавлении необходимо указать номер страницы для каждой главы и параграфа (кроме приложения). Содержание, введение, заключение, список литературы не должны нумероваться. Нумерация разделов осуществляется с использованием арабских цифр: для главы 1, 2, 3..., для параграфов – 1.1, 1.2, 1.3 и т.п. Более дробная рубрикация для курсовой работы не рекомендуется. Заголовок главы или параграфа должен быть расположен по центру и отделен от текста дополнительным интервалом. Между заголовками главы и параграфа дополнительный интервал не вводится. В названии работы на титульном листе и в заголовках переносы осуществляются по словам. Точки в конце названия темы и в заголовках не ставятся. Каждая глава должна начинаться с новой страницы.

ВКР должна иметь твердый переплет. Пример оформления титульного листа ВКР представлен в приложении 3.

Подробные требования к оформлению выпускной квалификационной работы имеются в Методических указаниях по выполнению выпускной квалификационной работы бакалавриата одобренные на заседании кафедры маркетинга и торгового дела, протокол № 6 от 26 марта 2017 г.

5. Фонд оценочных средств для защиты ВКР

Содержание выпускной квалификационной работы выпускника и ее соотнесение с совокупным ожидаемым результатом образования в компетентностном формате по ОП ВО представлена в таблице:

Контролируемые компетенции (шифр компетенции)	Результаты освоения образовательной программы	Оценочные средства
ОК-1 способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического	Знать: Этапы и закономерности исторического развития экономики, место и значение торговой деятельности в экономической системе. Принципы и подходы философского обобщения процессов и тенденции, протекающих в экономической жизни общества и в отраслях профессиональной деятельности.	уровень теоретической проработки проблемы исследования; ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования; доклад и презентация по материалам ВКР; отзыв научного руководителя о выполнении ВКР

<p>развития для осознания социальной значимости своей деятельности</p>	<p>Уметь: Выявлять и систематизировать факторы, определяющие основные макроэкономические и отраслевые тенденции развития профессиональной области деятельности. Оценивать социально-экономическую значимость профессиональной деятельности в жизни страны.</p> <p>Владеть: Навыками философского мышления и обобщения для выработки системного взгляда на социально-экономические процессы и проблемы общества. Профессиональной культурой мышления и логикой обоснования социальной значимости своей будущей профессии</p>	
<p>ОК-2 способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах</p>	<p>Знать: Закономерности развития природы, общества и мышления. Закономерности функционирования современной экономики на макро- и микроуровне. Основные факторы и механизмы функционирования социально-экономических процессов и систем, подходы, методы, показатели всесторонней оценки эффективности профессиональной деятельности</p> <p>Уметь: Анализировать во взаимосвязи экономические, политические, социальные и технологические явления, процессы и институты на макро- и микроуровне. Рассчитывать на основе научных подходов и типовых методик финансовые, экономические и социальные показатели эффективности профессиональной деятельности и экономики в целом</p> <p>Владеть: методическими приемами выбора, сбора и обработки релевантной информации для расчета и систематизации социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов; навыками анализа и выявления причинно-следственных связей</p>	<ul style="list-style-type: none"> – комплексность и обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – доклад и презентация по материалам ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования

	<p>существенных факторов для обоснования мероприятий по повышению эффективности использования хозяйствующим субъектом финансовых, материальных, трудовых ресурсов</p>	
<p>ОК-3 способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p>	<p>Знать: основные лексические и грамматические нормы русского и иностранного языка: лексический минимум в объёме, необходимом для осуществления коммуникации в процессе межличностного и межкультурного взаимодействия, в т.ч. на иностранном языке; основы грамматики и лексики русского и иностранного языка для создания устных и письменных высказываний.</p>	<p>– соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – доклад и презентация по материалам ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования; – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.</p>
	<p>Уметь: логически верно излагать полученные знания и собственные умозаключения по той или иной проблеме профессиональной деятельности, в т.ч. на иностранном языке в процессе межличностной и межкультурной коммуникации</p>	
	<p>Владеть: всеми видами речевой деятельности и основами культуры устной и письменной речи, в т.ч. на иностранном языке, базовыми умениями и навыками использования языка в процессе межличностного и межкультурного взаимодействия.</p>	
<p>ОК-4 способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p>Знать: основные принципы и нормы взаимодействия в организационной системе, правила и нормы морально-этичного поведения и эффективного взаимодействия в трудовом коллективе. Основные характеристики культурных, этнических и конфессиональных различий индивидуумов.</p>	<p>– отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования; – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.</p>
	<p>Уметь: адаптироваться к новой социальной среде, принимать и осваивать нормы корпоративного поведения; эффективно коммуницировать и толерантно воспринимать социальные, культурные и иные различия в трудовом коллективе и обществе в целом. Сглаживать конфликтные ситуации, возникающие в результате кросс-культурного взаимодействия.</p>	
	<p>Владеть: базовыми навыками</p>	

	<p>межкультурного взаимодействия, основанного на толерантности к социальным, культурным, этническим и конфессиональным различиям индивидуумов. Методами кросс-культурного анализа для выявления преимуществ отдельных культур и их трансформации в конкурентные преимущества организационной культуры компании.</p>	
<p>ОК-5 способностью к самоорганизации и самообразованию</p>	<p>Знать: содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования; – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
	<p>Уметь: планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществления деятельности. Самостоятельно строить процесс овладения информацией, отобранной и структурированной для выполнения профессиональной деятельности.</p>	
	<p>Владеть: системой приемов самоорганизации и самообразования, демонстрируя творческий подход при выборе приемов с учетом определенности или неопределенности ситуации в профессиональной и других сферах деятельности. Приемами саморегуляции эмоциональных и функциональных состояний при выполнении профессиональной деятельности.</p>	
<p>ОК-6 способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности</p>	<p>Знать: содержание и особенности правового регулирования профессиональной деятельности, специфику российской правовой системы и законодательства, правовые и нравственно-этические нормы в сфере профессиональной деятельности</p>	<ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической проработки проблемы исследования; – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – – ответы студента на
	<p>Уметь: использовать общеправовые знания в профессиональной деятельности. Находить и применять</p>	

	<p>необходимые нормативно-правовые источники и инструменты в профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: базовой правовой культурой и грамотностью в сфере профессиональной деятельности. Навыками работы с действующими федеральными и местными нормативно-правовыми актами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности.</p>	<p>вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования.</p>
<p>ОК-7 способностью поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: принципы и подходы здорового образа жизни и поддержания физической работоспособности индивида; основные средства и методы физической культуры и физической активности индивида</p> <p>Уметь: подбирать и применять индивидуальные методы и средства физической культуры для поддержания и совершенствования основных физических параметров организма</p> <p>Владеть: методами и средствами физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; Навыками самомотивации для систематического контроля и поддержания физической подготовленности.</p>	<p>– отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования.</p>
<p>ОК-8 готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий</p>	<p>Знать: потенциальные факторы риска для жизни и здоровья производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф и стихийных бедствий. Основы оказания первой медицинской помощи.</p> <p>Уметь: оценивать степень опасности возможных последствий аварий, катастроф и стихийных бедствий для производственного персонала и населения, уметь оказывать первую медицинскую помощь.</p> <p>Владеть: методами профилактики аварий и катастроф в процессе функционирования предприятия</p>	<p>– комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования;</p>

	<p>профессиональной сферы деятельности;</p> <p>практическими навыками защиты производственного персонала и населения от последствий аварий, катастроф и стихийных бедствий. Навыками оказания первой медицинской помощи.</p>	
<p>ОК-9</p> <p>владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения</p>	<p>Знать: принципы формирования экономического мышления; методы сбора, обобщения и анализа экономической информации; основы культуры экономического мышления, принципы постановки стратегических и тактических целей и путей их достижения</p>	<ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической проработки проблемы исследования; – содержательное качество методической части ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – доклад и презентация по материалам ВКР;
	<p>Уметь: Анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на макро- и микроуровне. Ставить и ранжировать цели по степени важности, выбирать направления и принципы их достижения, оценивать риски, возможности и степень их достижения</p>	
	<p>Владеть: культурой мышления, практическими навыками анализа, обобщения и восприятия информации в профессиональной деятельности.</p> <p>Навыками постановки жизненных и профессиональных целей, их ранжирования и систематизации; умением выбирать и реализовывать эффективные пути их достижения.</p>	
<p>ОК-10</p> <p>готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма</p>	<p>Знать:</p> <p>Содержание и принципы гражданского долга и гражданского поведения члена общества, сущность и содержание прав и обязанностей гражданина РФ в соответствии с Конституцией РФ; осознавать связь и влияние профессиональной деятельности на развитие гражданского общества и благосостояние граждан.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования.
	<p>Уметь: соотносить свое личное и профессиональное поведение с выполнением гражданского долга, формировать моральные, профессиональные, правовые принципы деятельности в</p>	

	<p>соответствии с интересами всех заинтересованных групп и общества в целом</p> <p>Владеть: навыками формирования личных и профессиональных целей и действий в соответствии с принципами гражданского долга и патриотизма в интересах государства и общества</p>	
<p>ОПК-1 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>	<p>Знать: Сущность, место и значение информации в подготовке и принятии управленческих решений; основные виды информационных ресурсов общества, основные понятия информационных систем; принципы использования современных информационных технологий и инструментальных средств для решения задач в своей профессиональной деятельности. возможности использования информационных технологий; знание структуры построения информационно-поисковых систем, методы поиска информации по различным источникам. Базовые методологии, политики и промышленные стандарты в области технических мер защиты информации. Нормы юридической ответственности в сфере информационных технологий.</p> <p>Уметь: осуществлять целенаправленный поиск источников информации, работать с электронными и карточными каталогами, вести поиск в сетевом режиме. Оценивать информацию с позиций ее актуальности, надежности и полноты, умение эффективно использовать информацию для решения поставленной проблемы в профессиональной деятельности. Применять информационно-коммуникационные технологии в маркетинговой и торговой деятельности. Повышать уровень информационной и библиографической культуры в процессе выполнения профессиональных задач.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической проработки проблемы исследования; – содержательное качество методической части ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов.

	<p>Владеть: Навыками использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности деятельности, методами поиска информации по различным источникам. Приёмами и методами выработки и принятия управленческих решений в процессе реализации профессиональных задач на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>	
<p>ОПК-2 способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем</p>	<p>Знать: различные методики, базирующиеся на модельных конструкциях, и расчётные формулы, применяемые при проведении маркетинговых исследований рынка, проектировании каналов распределения, формировании ценовой политики и изучении поведения потребителей. Основы теоретического и экспериментального исследования основы построения, расчета и анализа системы показателей, характеризующих результативность и эффективность различных аспектов профессиональной деятельности. Методы представления социальных и экономических объектов и процессов в виде аналитической математической модели. Закономерности построения экономико-математических моделей, этапы, методы и средства моделирования; требования к модели; структуру и общую схему функционирования модели.</p> <p>Уметь: выделять существенные характеристики и свойства объекта исследования, внутренние и внешние связи; определять иерархию целей, строить структурную схему системы и выбирать метод исследования модели; определять этапы построения модели и задачи,</p>	<p>– наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p>

	<p>решаемые на каждом из этапов. Проектировать эксперименты, включая проектирование имитационных обстановок, систем измерения и сбора, а также обработки информации; проводить эксперименты для принятия эффективных управленческих решений в профессиональной деятельности; обрабатывать и анализировать результаты экспериментов; разрабатывать рекомендации и усовершенствования по результатам экспериментов</p>	
<p>ОПК-3 умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов</p>	<p>Владеть: навыками построения математических моделей в ходе анализа или прогнозирования экономических объектов и бизнес-процессов, имеющих место в области профессиональной деятельности. Навыками проектирования экспериментов, проведения экспериментов, интерпретации и анализа результатов экспериментов с целью обоснования управленческих решений, необходимых для эффективного выполнения поставленных профессиональных задач. Методами расчета и анализа показателей эффективности и результативности процессов в рамках профессиональной деятельности.</p> <p>Знать: Систему законодательства РФ, основы международного законодательства в области профессиональной деятельности. Содержание и особенности правового регулирования торговой и маркетинговой деятельности. Виды ответственности за несоблюдение нормативных норм и правил при осуществлении профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь: использовать правовые знания в области профессиональной деятельности. Уметь пользоваться нормативными документами в ходе решения профессиональных задач.</p> <p>Владеть: навыками использования нормативной документации в ходе проведения маркетинговых</p>	<ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической проработки проблемы исследования; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования

	<p>исследований, осуществления коммуникационных взаимодействий с целевой аудиторией, контактными аудиториями, иными контрагентами и общества в целом.</p> <p>Готовностью к соблюдению правовых норм и правил в процессе профессиональной деятельности и в жизни.</p>	
<p>ОПК-4 Способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) технико-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией</p>	<p>Знать: сущность и значение информации для организации и осуществления профессиональной деятельности;</p> <p>основные методы и средства получения, хранения, переработки коммерческой информации;</p> <p>виды и требования к оформлению коммерческой документации.</p> <p>Уметь: работать с массивом информационных данных; проводить обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью. Применять методы получения, хранения и переработки информации, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p> <p>Владеть: методами и средствами получения, хранения, переработки коммерческой информации; навыками работы и проверки правильности оформления технической документацией, необходимой в профессиональной деятельности. Навыками осуществления сбора, переработки, хранения информации и управления её, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической проработки проблемы исследования; – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования
<p>ОПК-5 готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной,</p>	<p>Знать: структуру технической документации, используемой в профессиональной деятельности. Правила составления технической документации в сфере профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь: Составлять, проверять и анализировать техническую документацию, сопровождающую различные процессы в сфере</p>	<ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической проработки проблемы исследования; – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – наличие справки об

<p>логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления</p>	<p>профессиональной деятельности. Владеть: навыками работы с технической документацией. Способностью составлять, проверять и анализировать содержание технической документации по вопросам профессиональной деятельности.</p>	<p>использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования.</p>
<p>ПК-1 Способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству</p>	<p>Знать: основные нормативные и правовые документы в области управления ассортиментом и качеством товаров и услуг; основные показатели качества и ассортимента товаров и услуг; дефекты товаров; порядок приемки и учета товаров по количеству и качеству. методы регулирования и контроля условий и сроков хранения товаров. Уметь: управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение. Проводить приёмку товаров, оформлять забракованную продукцию, вести переговоры с поставщиками товаров. Прогнозировать спрос на отдельные виды товаров и услуг, уметь пользоваться информацией, полученной в ходе проведения маркетинговых и иных исследований, для формирования эффективной ассортиментной политикой торговой организации. Осуществлять организацию процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли. Владеть: методами и способами управление ассортиментом и его оптимизацией на основе комплексного изучения потребительского рынка, способами осуществления мероприятий по организации контроля качества товаров и услуг, приемки и учета товаров по количеству и качеству. методикой диагностирования дефектов товаров. Навыками работы с торговым персоналом и обслуживания покупателей в местах</p>	<p>– наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования;</p>

<p>ПК-2 способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери</p>	<p>продаж.</p> <p>Знать:–современные формы организации торговли и методов продажи товаров. Сущность, значение и этапы проведения инвентаризации на торговом предприятии. Методы определения затрат материальных и трудовых ресурсов. Методами учёта потерь, нормами и правилами их списания.</p> <p>Уметь: разрабатывать рациональные схемы планировки торговых залов, обеспечивать бесперебойное снабжение торговых предприятий, совершенствовать работу узлов расчета для эффективного управления торгово-технологическими процессами. Уметь проводить инвентаризацию и анализировать торговый ассортимент. Уметь списывать потери и предотвращать их возникновение, в т.ч. и путём эффективного управления торговым персоналом.</p> <p>Владеть: навыками рационализации торгово-технологического процесса, на основе внедрения прогрессивных методов продажи товаров и обслуживания покупателей. Владеть аналитическими способностями с целью формирования оптимального торгового ассортимента на основе комплексного всестороннего анализа спроса и покупательских предпочтений.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования
<p>ПК-3 готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать</p>	<p>Знать: Знать базовые модели потребительского поведения и принятия решений о покупке; внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие потребительских решений. Виды и инструменты маркетингово-коммуникационного комплекса торгового предприятия. Методы анализа маркетинговой информации и изучения рыночной конъюнктуры.</p> <p>Уметь: выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, а также их формировать.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – содержательное качество методической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР;

<p>спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p>	<p>Определять границы целевых рынков фирмы и оценивать количественные и качественные параметры спроса на них; Разрабатывать и внедрять комплекс маркетинговых коммуникаций в деятельность торгового предприятия.</p> <p>Владеть: Способностью определять наиболее важные целевые аудитории для фирмы и выбирать методы информационного воздействия на них. Набором инструментов по оценке эффективности осуществления маркетингового воздействия на целевую аудиторию. Методами изучения спроса и формирования спроса посредством инструментария маркетингово-коммуникационного комплекса.</p>	<p>– – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования;</p>
<p>ПК-4 способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации</p>	<p>Знать: Основные показатели качества и ассортимента товаров и услуг, дефекты товаров. Инновационные методы оценки качества товаров и идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации. Основные положения правовых нормативных документов в области стандартизации, метрологии, подтверждении соответствия.</p> <p>Уметь: проводить идентификацию товаров и выявлять фальсификацию с помощью современных методов исследования; использовать идентифицирующие признаки однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров, необходимые для установления их товарной принадлежности и определения рыночной стоимости; распознавать разные виды фальсификации.</p> <p>Владеть: методами и способами идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации; правилами проведения идентификации для установления подлинности товара; методами и способами обнаружения</p>	<p>– содержательное качество методической части ВКР; – доклад и презентация по материалам ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p>

	фальсификации продовольственных и непродовольственных товаров на всех этапах товародвижения	
ПК-5 способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	Знать: Основы управления персоналом, теории мотивации, природу лидерства и функциональной ответственности, основные технологии управления человеческими ресурсами. Стратегии управления персоналом, формирование которых обусловлено особенностями процесса совершения покупок, осуществляемого разными потребителями.	– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования
	Уметь: управлять персоналом торгового предприятий, осуществлять контроль за деятельностью персонала, мотивировать персонал на лучшее исполнение трудовых обязанностей. Планировать работу трудового коллектива. Проводить качественную оценку уровня знаний сотрудников торговой организации.	
	Владеть: способностью к планированию, организации, мотивации и контролю работы персонала торгового предприятия. навыками командообразования, способностью брать на себя инициативу и ответственность, качествами лидера. готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами.	
ПК-6 способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	Знать: сущностные теоретические концепции делового общения и тенденции его развития; факторы, детерминирующие поведение личности в деловом общении; виды, формы делового общения; основные этапы и принципы подготовки, организации, проведения переговоров и презентаций; особенности проведения переговоров в стрессовых ситуациях, по телефону, с иностранными партнерами. Правила составления и заключения договоров.	– комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – доклад и презентация по материалам ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте
	Уметь: Осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные	

	<p>коммуникации. Выбирать партнёров. Применять на практике рациональные стратегии и тактики ведения переговоров; отстаивать свою точку зрения, используя различные коммуникативные стратегии и тактики. Уметь составлять и заключать договора.</p>	<p>исследования;</p>
	<p>Владеть: Широким набором коммуникативных приемов и техник: установление контакта с собеседником, создание атмосферы доверительного общения, отработка навыков эффективного слушания, аргументации и убеждения; навыками применения психологических приемов общения при ведении деловой беседы, переговоров, оценке деловых качеств коллег. Способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение.</p>	
<p>ПК-7 способностью организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров</p>	<p>Знать: виды, типы, функции торговых предприятий и управление торгово-технологическим процессом; показатели эффективности использования материально-технического обеспечения предприятия; методы закупки и формы продажи товаров.</p> <p>Уметь: оценивать и анализировать финансовые возможности предприятий осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты. организовывать материально-техническое обеспечения предприятия, планировать закупки товаров; реализовывать прогрессивные формы продажи товаров.</p> <p>Владеть: методами определения потребности необходимого для осуществления профессиональной деятельности материально-</p>	<p>– содержательное качество методической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p>

	<p>технического обеспечения, включая оборудование, здания, транспортные средства, товарные запасы; методами планирования объемов закупки и складских запасов товаров и расходных материалов.</p>	
<p>ПК-8 готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</p>	<p>Знать: основные нормативно-правовые, технико-технологические, организационно-управленческие, профессионально-квалификационные условия и факторы обеспечения качества торгового обслуживания; показатели качества услуг оптовой и розничной торговли; требования к качеству услуг торговли; методы оценки уровня качества торгового обслуживания.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – содержательное качество методической части ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – доклад и презентация по материалам ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования
	<p>Уметь: Формировать систему управления качеством торгового обслуживания; проводить оценку уровня качества торгового обслуживания. устанавливать степень соответствия основных и вспомогательных торгово-технологических процессов в торговом предприятии требованиям потребителей</p>	
	<p>Владеть: базовыми навыками оценки уровня качества торгового обслуживания в оптовой и розничной торговле. Способностью установить приоритетные цели для преодоления различий между реальным уровнем качества обслуживания и стандартным</p>	
<p>ПК-9 готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации</p>	<p>Знать: Понимать место и значение стратегических решений в управлении организациями, знать состав и структуру внешней и внутренней среды бизнес-деятельности организации и понимать механизмы адаптации возможностей фирмы к требованиям рынка; знать логику и структуру процесса стратегического управления организацией, а также принципы распределения компетенций в разработке стратегических решений между различными подразделениями</p>	<ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям
	<p>Уметь: Применять стандартные</p>	

	<p>процедуры разработки, обоснования и реализации решений в стратегическом маркетинге; выявлять и анализировать основные факторы эффективности внутрикорпоративной среды, проводить систематический аудит внешних возможностей стратегического развития</p>	<p>методических указаний и стандартов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования
<p>ПК-10 способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности</p>	<p>Владеть: Методами стратегического анализа внутренних резервов и внешних возможностей фирмы, методами разработки общекорпоративных и функциональных стратегий, базовыми навыками оценки ожидаемых результатов и эффективности принимаемых решений</p> <p>Знать: сущность и значение научных подходов в теоретических и прикладных исследованиях в профессиональной деятельности; содержание, виды, логику реализации исследовательских проектов; роль и возможности маркетинговых исследований в обеспечении деятельности предприятия; требования к достоверности и точности собираемой информации, обоснованности выводов и предложений, содержанию отчета о результатах маркетингового исследования.</p> <p>Уметь: четко формулировать цели и задачи маркетингового исследования на основе существующих маркетинговых проблем и с учетом маркетинговой стратегии; разрабатывать процедуры для каждого из этапов маркетингового исследования; анализировать результаты исследования внутренней и внешней среды предприятия в процессе определения конкурентных преимуществ; оценивать эффективность маркетинговых исследований; излагать основные требования к подготовке отчета, включая его формат, ход написания, графики и таблицы.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования; – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.

	<p>Владеть: навыками самостоятельной разработки и реализации исследовательских проектов по проблемам управленческо-экономической деятельности в целом и по конкретным проблемам маркетинговой деятельности коммерческих предприятий в профессиональной сфере; основными количественными и качественными методами оценки и анализа маркетинговой информации для решения поставленной проблемы</p>	
<p>ПК-11 способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)</p>	<p>Знать: способы создания нового товара в рамках существующего рынка; этапы создания новых идей; базовые категории в области инновационных маркетинговых технологий; этапы создания новых идей; технологию применения инновационных маркетинговых коммуникаций.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования; – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
	<p>Уметь: оценивать эффективность использования инновационных маркетинговых коммуникаций; формировать системное представление о современных маркетинговых технологиях; систематизировать и применить на практике информацию, отражающую опыт использования новых маркетинговых технологий российскими и зарубежными компаниями.</p>	
	<p>Владеть: умением обобщать зарубежный и отечественный опыт управления маркетинговой деятельностью предприятия; категориальным аппаратом в области инновационных маркетинговых технологий; методами исследования тенденций развития маркетинговых технологий; методиками создания инновационных идей в области маркетинговых коммуникаций.</p>	

<p>ПК-12 способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий</p>	<p>Знать: теоретические аспекты управления проектами и проектной деятельностью в бизнес-среде. Международные и отечественные стандарты в области управления проектами. Содержание и сущность основных этапов бизнес-проектирования, классификации типов и видов проектов в коммерческой организации, цели их разработки и структуру проектов. Методы оценки и прогнозирования реализации проектов и диагностики рисков. Современные информационные технологии в сфере проектирования коммерческой деятельности и управления проектами.</p> <p>Уметь: осуществлять разработку и реализацию проектов в профессиональной деятельности на основе современных методов проектирования, технологий управления проектами и информационных технологий. Уметь прогнозировать риски, связанные с реализацией проектов. Уметь анализировать результаты реализации проектов профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть: навыками разработки и реализации проектов в сфере профессиональной деятельности. Методикой технико-экономического обоснования решений и инициатив, методами сопоставления альтернативных вариантов проектных решений, анализа финансово-экономических показателей проектов и оценки рисков. Умениями применения информационных технологий в процессе проектирования отдельных процессов и объектов профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования; – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
<p>ПК-13 готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной</p>	<p>Знать: оконцепции и принципы функционирования бизнес-проектов. Содержание проектных процессов, роли и функции участников проектов. Методы управления проектами, информационные</p>	<ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление

<p>деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)</p>	<p>технологии и методики их применения в области управления проектами. Методы анализа и прогнозирования проектных рисков.</p> <p>Уметь: проектировать бизнес-процессы в ходе реализации профессиональных задач. Анализировать информацию о состоянии внутренней и внешней среды, обосновывать результаты анализа и синтеза в процессе проектирования. Осуществлять коммуникационное взаимодействие с стейкхолдерами проекта, обосновывать управленческие решения и нести ответственность за реализацию функций участника проекта.</p>	<p>проблем маркетинговой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования
	<p>Владеть: навыками проектного управления, в т.ч. с применением информационных технологий, методами прогнозирования бизнес-процессов. Методикой расчета эффективности проектов в бизнес-среде. Коммуникативными навыками, необходимыми для работы в проектной группе. Навыками самостоятельного усвоения новых знаний в области теории управления проектами.</p>	
<p>ПК-14 способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность</p>	<p>Знать: современные тенденции процессного подхода в управлении, сущность и содержание бизнес-процессов в сфере торговой и маркетинговой деятельности современного предприятия. Методы оценки эффективности бизнес-процессов. Основы документирования бизнес-процесса в коммерческой деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – содержательное качество методической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – доклад и презентация по материалам ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования
	<p>Уметь: разделять профессиональную деятельность на отдельные бизнес-процессы с целью обеспечения прозрачности отдельных направлений профессиональной деятельности и своевременному обнаружению сбоев и проблемных мест. Определять показатели и индикаторы бизнес-процессов, составлять и контролировать</p>	

	<p>соблюдение регламента конкретного бизнес-процесса. Анализировать результаты реализации отдельных этапов бизнес-процесса профессиональной деятельности и эффективности бизнес-процесса в целом.</p>	
	<p>Владеть: Управленческой способностью на основе процессного подхода, Способностью к выделению бизнес-процессов в профессиональной деятельности, их регламентации, навыками управления и методами оценки результатов завершения бизнес-процессов при решении профессиональных задач. Способностью принимать управленческие решения в рамках выделенных бизнес-процессов, прогнозировать и оценивать проектные риски и способностью принимать нестандартные решения для успешного завершения бизнес-процесса.</p>	
<p>ПК-15 готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способность управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы</p>	<p>Знать: Принципы функционирования и место логистического подразделения в организационной структуре предприятия; порядок определения стратегических и тактических целей и критериев логистики при планировании на международном, отраслевом, региональном и внутрифирменном уровнях</p> <p>Уметь: Самостоятельно ставить цели, выбирать критерии и определять логистические решения для различных рыночных структур; оптимизировать организационно-технологические решения в логистических системах.</p> <p>Владеть: логикой формирования и управления логистической системы торгового или иного коммерческого предприятия; методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении логистическими бизнес-процессами; методическими инструментами оптимизации логистических систем</p>	<p>– комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p>

Описание показателей и критериев оценивания результатов защиты ВКР, а также шкал оценивания:

Показатели оценки выпускной квалификационной работы

Оценка (шкала оценивания)	Описание показателей
Продвинутый уровень – оценка отлично	<p>Содержание темы раскрыто полностью, освещена история вопроса, представлен анализ его современного состояния, отражаются собственный вклад автора, оригинальность, нестандартность мышления. В работе отражены результаты глубокого авторского анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявлены и сформулированы проблемы маркетинговой деятельности. Методическая часть ВКР отражает передовые методики по изучению раскрываемой темы ВКР. Выводы и рекомендации выпускника, представленные в практической части актуальны и обоснованы, имеют комплексный характер и решают обозначенные в ВКР проблемы, имеющие место на объекте исследования. Присутствует авторский вклад. ВКР оформлена в полном соответствии с требованиями методических указаний. Имеется справка о внедрении предложений и рекомендаций выпускника в практику конкретного предприятия. Имеются положительные отзывы научного руководителя и рецензента. Доклад выпускника полностью раскрывает содержание ВКР и сопровождается качественно выполненной презентацией. Студент предоставил полные содержательные ответы на все вопросы членов ГЭК. Наличие призовых мест в конференциях и конкурсах (внутренних и внешних, в т.ч. международных). Наличие одной и более публикации по теме ВКР.</p>
Повышенный уровень – оценка хорошо	<p>Содержание темы раскрыто полностью, освещена история вопроса, представлен анализ его современного состояния, но авторский вклад и оригинальность мышления отражаются не полностью. В работе присутствуют некоторые результаты авторского анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, не чётко сформулированы проблемы маркетинговой деятельности. Методическая часть ВКР отражает незначительную часть передовых методик по изучению раскрываемой темы ВКР. Выводы и рекомендации выпускника, представленные в практической части актуальны и обоснованы, однако обозначенные в ВКР проблемы, имеющие место на объекте исследования решают не в полной мере. Авторский вклад незначителен. Имеются некоторые отклонения от требований методических указаний. Имеется справка о внедрении предложений и рекомендаций выпускника в практику конкретного предприятия. Имеются положительные отзывы научного руководителя и рецензента. Доклад выпускника полностью раскрывает содержание ВКР, презентация отсутствует либо её содержание не соответствует докладу. Студент предоставил ответы на все вопросы членов ГЭК, но с некоторыми затруднениями. Выпускник принимал участие в конференциях и конкурсах (внутренних и внешних, в т.ч. международных). Наличие одной и более публикации по теме ВКР.</p>

<p>Базовый (пороговый) уровень – оценка удовлетворительно</p>	<p>Содержание темы раскрыто фрагментарно, авторский вклад незначителен, оригинальность мышления не находит своего отражения. В работе присутствуют некоторые результаты авторского анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, однако не обозначены маркетинговые проблемы объекта исследования, либо проблемы не четко сформулированы и не охарактеризованы. Методики по изучению раскрываемой темы, отражённые в методической части ВКР, носят фрагментарный характер, не являются передовыми. Выводы и рекомендации выпускника, представленные в практической части, не актуальны и не решают обозначенные в ВКР проблемы, имеющие место на объекте исследования. Авторский вклад незначителен. Имеются многочисленные отклонения от требований методических указаний. Не имеется справка о внедрении предложений и рекомендаций выпускника в практику конкретного предприятия. В отзывах научного руководителя и рецензента имеются замечания по содержанию работы и методике исследования. Доклад выпускника раскрывает содержание ВКР не в полной мере, презентация отсутствует либо её содержание не соответствует докладу. Студент предоставил не полные и не содержательные ответы на вопросы членов ГЭК либо ответил не на все вопросы. Выпускник принимал участие в конференциях и конкурсах (внутренних и внешних, в т.ч. международных). Отсутствие публикаций по теме ВКР</p>
<p>Недостаточный уровень – оценка неудовлетворительно</p>	<p>Раскрытие содержание темы, авторский вклад и оригинальность мышления отсутствуют. В работе отсутствуют результаты авторского анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, маркетинговые проблемы объекта исследования не обозначены. Методики, отражённые в методической части ВКР не относятся к раскрываемой в ВКР теме или методическая часть отсутствует. Предложения и рекомендации выпускника отсутствуют или не актуальны и не связаны с исследуемой темой и объектом исследования. Оформление ВКР не соответствует требованиям методических указаний. Не имеется справка о внедрении предложений и рекомендаций выпускника в практику конкретного предприятия. В отзывах научного руководителя и рецензента имеются серьезные критические замечания. Доклад выпускника не раскрывает содержание ВКР, презентация отсутствует. Студент затруднялся отвечать на вопросы членов ГЭК. Выпускник не принимал участие в конференциях и конкурсах (внутренних и внешних, в т.ч. международных). Отсутствие публикаций по теме ВКР</p>

После публичного заслушивания всех ВКР, представленных на защиту, проводится закрытое заседание экзаменационной комиссии. На закрытом заседании комиссии обсуждаются результаты прошедших защит, выносится согласованная оценка по каждой выпускной квалификационной работе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно». Оценка выносится простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании (при равенстве голосов, решающим является голос председателя).

По окончании закрытого заседания возобновляется публичное открытое заседание комиссии, на которое вместе со студентами приглашаются все желающие. Председатель

кратко подводит итоги, объявляет оценки по защищенным на данном заседании выпускным квалификационным работам и другие результаты, в том числе о присуждении (не присуждении) каждому выпускнику искомой степени (квалификации), о выдаче дипломов с отличием и др.

Выпускник, получивший неудовлетворительную оценку при защите выпускной квалификационной работы, отчисляется из университета.

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к ВКР.

Методические указания по написанию и оформлению выпускной квалификационной работы бакалавра, 2017 г. – электронный ресурс (сайт экономического факультета КубГУ): <https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya>;

Методические указания по написанию выпускной квалификационной работы бакалавров направления «Торговое дело» (профиль «маркетинг в торговле» и «маркетинг в сфере услуг») для самостоятельной работы студентов в процессе подготовки ВКР.

Основная и дополнительная литература (раздел 8 данной РП)

Периодические издания по проблемам профессиональной деятельности

Дополнительное методическое обеспечение определяется индивидуально в соответствии с тематикой ВКР

7. Методические указания по выполнению выпускной квалификационной работы.

Порядок выполнения выпускных квалификационных работ.

Порядок выполнения ВКР регламентирован в «Положении о подготовке и защите выпускных квалификационных работ» ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет». Продолжительность подготовки ВКР определяется учебным планом.

Список рекомендуемых тем ВКР утверждается выпускающей кафедрой и доводится до сведения выпускников не позднее, чем за восемь месяцев до защиты ВКР.

Выпускнику может предоставляться право выбора темы ВКР в порядке, определяемом заведующим выпускающей кафедрой, вплоть до предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки. Выпускник обязан выбрать примерную тему ВКР не позднее, чем за шесть месяцев до защиты ВКР. Утверждение темы и руководителей ВКР оформляются приказом ректора университета по представлению декана факультета не позднее 15 декабря текущего учебного года.

Для руководства ВКР заведующим кафедрой назначается научный руководитель в сроки, не позднее утверждения учебной нагрузки на следующий учебный год.

Определяющим при назначении научного руководителя ВКР является его квалификация, специализация и направление научной работы. При необходимости студенту назначаются консультанты.

Смена научного руководителя и принципиальное изменение темы ВКР возможны в исключительных случаях по решению заведующего кафедрой не позднее трех месяцев до защиты ВКР.

Окончательные варианты темы ВКР, выбранные выпускником и согласованные с научным руководителем, утверждаются выпускающей кафедрой не позднее, чем за один месяц до защиты ВКР

Научный руководитель ВКР осуществляет руководство и консультационную помощь в процессе подготовки ВКР в пределах времени, определяемого нормами педагогической нагрузки.

Первый этап процесса выполнения работы после выбора темы – формирование предварительного плана. План ВКР разрабатывается студентом на основании изучения литературных источников и установления состава вопросов, подлежащих исследованию.

Именно обоснованным набором отмеченных вопросов определяется структура ВКР. Примерный план работы приведен в прил. 2. Список рекомендуемых тем ВКР приведен в приложении 1, а образец титульного листа в приложении 3.

Научный руководитель работы рассматривает предложенный студентом план и при необходимости вносит в него соответствующие коррективы. На основе плана ВКР научный руководитель оказывает студенту помощь в разработке календарного графика работы.

Научный руководитель работы:

– рекомендует студенту основной перечень литературных и других источников по теме;

– проводит систематические консультации студента и проверки выполнения ВКР.

Информация о ходе выполнения ВКР регулярно обсуждается на научных семинарах. При нарушении сроков выполнения разделов работы на заседании кафедры устанавливаются причины сложившейся ситуации и принимаются меры к ликвидации отставания. В этом случае на заседание кафедры приглашаются студенты.

Выпускающая кафедра обеспечивает студентов до начала выполнения ВКР соответствующими методическими указаниями.

ВКР выполняется студентами, как правило, на материалах промышленных, торговых, финансово-кредитных, автотранспортных, посреднических и других предприятий.

За достоверность приведенной в ВКР информации несет ответственность ее автор.

Календарный план написания отдельных разделов ВКР составляется студентом и согласовывается с научным руководителем, который контролирует ход выполнения работы. В целом ВКР должна быть завершена и представлена научному руководителю для предварительной проверки не позднее, чем за три недели до объявленной даты защиты.

В течение недели научный руководитель дает все необходимые содержательные замечания, требующие доработки и исправления, а также проверяет соответствие работы требованиям к ее оформлению. После проверки студент должен иметь не менее недели для окончательного устранения всех замечаний. Полностью завершенная работа проходит процедуру нормоконтроля, цель которой – проверка работы на соответствие государственным стандартам оформления письменных студенческих работ. Функции нормоконтролера выполняет научный руководитель. При отсутствии содержательных и формальных замечаний магистрант и научный руководитель подписывают работу, после чего она переплетается и вместе с отзывом научного руководителя представляется на выпускающую кафедру для принятия решения о допуске к защите не позднее, чем за одну неделю до даты защиты. Решение о допуске может быть принято заведующим кафедрой или при необходимости коллегиально на заседании кафедры. Положительное решение подтверждается подписью заведующего кафедрой на титульном листе работы. В случае неготовности работы или ее низкого уровня научный руководитель или кафедра ставят вопрос о снятии работы с защиты или ее переносе на более поздний срок.

Порядок и сроки представления ВКР научному руководителю и в ГЭК.

После завершения подготовки обучающимся выпускной квалификационной работы руководитель выпускной квалификационной работы представляет письменный отзыв о работе обучающегося в период подготовки выпускной квалификационной работы (далее - отзыв). В случае выполнения выпускной квалификационной работы несколькими обучающимися руководитель выпускной квалификационной работы представляет отзыв об их совместной работе в период подготовки выпускной квалификационной работы.

Подготовленная и полностью оформленная работа вместе с отзывом научного руководителя и, при наличии, рецензией, справками о практическом использовании

результатов представляется на выпускающую кафедру для прохождения нормоконтроля и последующей процедуры предварительной защиты.

Факультет обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом и рецензией (рецензиями) не позднее чем за 5 календарных дней до дня защиты выпускной квалификационной работы.

Выпускная квалификационная работа, отзыв и рецензия (рецензии) передаются в государственную экзаменационную комиссию не позднее чем за 2 календарных дня до дня защиты выпускной квалификационной работы

Тексты выпускных квалификационных работ, за исключением текстов выпускных квалификационных работ, содержащих сведения, составляющие государственную тайну, размещаются организацией в электронно-библиотечной системе университета и проверяются на объем заимствования.

Порядок защиты выпускной квалификационной работы.

Защита выпускной квалификационной работы осуществляется на заседании государственной экзаменационной комиссии (ГЭК), утверждаемой в установленном порядке.

К государственной итоговой аттестации допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по соответствующей образовательной программе высшего образования.

Государственная аттестационная комиссия оценивает актуальность темы исследования, постановку цели и задач, новизну и оригинальность результатов, полученных автором, общий квалификационный уровень работы, умение автора отразить результаты в докладе и отвечать на вопросы по теме исследования.

После завершения защиты всех ВКР, предусмотренных по графику на текущий день, объявляется перерыв для обсуждения членами комиссии итогов защиты и выставления окончательной оценки студентам. Результаты защиты определяются оценками "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно".

Результаты государственного аттестационного испытания, проводимого в устной форме, объявляются в день его проведения, результаты государственного аттестационного испытания, проводимого в письменной форме, - на следующий рабочий день после дня его проведения.

Председатель ГЭК сообщает выпускникам окончательные итоги защиты выпускных квалификационных работ.

Наиболее интересные в теоретическом и практическом отношении ВКР могут быть рекомендованы к опубликованию в печати, а также представлены к участию в конкурсе научных работ.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для подготовки к защите ВКР

а) основная литература:

1. Костецкий А.Н. Маркетинг: ключевые темы: учеб. пособие / А.Н. Костецкий. – Краснодар: КубГУ, 2016.
2. Котлер Ф. и др. Основы маркетинга. Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2016.
3. Мескон, Майкл. Основы менеджмента [Текст] = Management : [учебное пособие] / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; [пер. с англ. и ред. О. И. Медведь]. - 3-е изд. - М. : Вильямс, 2012. - 665 с.
4. Моосмюллер, Гертруда. Маркетинговые исследования с SPSS [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / Г. Моосмюллер, Н. Н. Ребик . - 2-е изд. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 199 с.

5. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. - М. : Юрайт, 2017. - 474 с. - <https://biblio-online.ru/book/EEAFDA8F-8DEE-4A8B-9034-9112900EC1B4>.

б) дополнительная литература:

6. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования [Текст] : учебник для магистров / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая ; Высшая школа экономики, Нац. исслед. ун-т. - М. : Юрайт, 2012. - 540 с.

7. Котлер, Филип. Маркетинг менеджмент [Текст] = A framework for marketing management : экспресс-курс / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; [пер. с англ. И. Малкова ; под науч. ред. С. Г. Жильцова]. - 3-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2017. - 479 с.

8. Черчилль, Гильберт А. Маркетинговые исследования [Текст] : [учебник] / Гильберт А. Черчилль, Том Дж. Браун ; [пер. с англ. под ред. Г. Л. Багиева]. - 5-е изд. - СПб. [и др.] : Питер, 2010. - 699 с.

9. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для академического бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Жильцовой. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2018. - 301 с. - <https://biblio-online.ru/book/EA68BCAC-C4CC-4B50-8A4E-B4CDF1858FB0>.

10. Кузьмина, О. Г. Бренд-менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.Г. Кузьмина. - М. : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 176 с. - <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=939859>.

11. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. - М. : Юрайт, 2018. - 404 с. - <https://biblio-online.ru/book/2740C8E3-D2DF-4A4C-906E-24484CACD467>.

12. Семенова, Е.Е. Международная торговля [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Е. Семенова, Ю.П. Соболева. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 260 с. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=278885>.

13. Теория организации. Организация производства [Текст] : интегрированное учебное пособие для студентов бакалавриата / под общ. ред. А. П. Агаркова ; [А. П. Агарков и др.]. - М. : Дашков и К°, 2012. - 270 с. Синяева, И. М. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К°, 2017. - 252 с. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454142>.

в) периодические издания.

1. «Маркетинг». Периодический журнал.

2. «Маркетинг в России и за рубежом». Периодический журнал. <http://www.mavriz.ru/>

3. «Маркетинг и маркетинговые исследования». «Издательский дом Гребенникова»

4. «Практический маркетинг»

5. Российский журнал менеджмента. <http://www.rjm.ru/>

6. Журнал «Медиа Профи». Режим доступа: <http://www.media-professional.ru/tema.php?page=1>

7. Ежедневная интернет-газета «Новости телекоммуникаций, вещания и ИТ. Режим доступа: <http://www.comnews.ru/lastnews/>

9. Перечень информационных технологий, используемых при подготовке к ГИА, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

а) в процессе организации подготовки к ГИА применяются современные информационные технологии:

1) мультимедийные технологии, для чего проводятся в помещениях, оборудованных экраном, видеопроектором, персональными компьютерами.

2) компьютерные технологии и программные продукты, необходимые для сбора и систематизации информации, проведения требуемых расчетов и т.д.

б) перечень лицензионного программного обеспечения:

1. Microsoft Windows 8, 10 (Операционная система, Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ); дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017. Соглашение Microsoft ESS 72569510

2. Microsoft Office Professional Plus (Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты), дог. №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. Соглашение Microsoft ESS 72569510

3. 1С:Предприятие 8. Дог. №127-АЭФ/2014

4. SPSS Statistics дог. №393-АЭФ/2014

в) перечень информационных справочных систем:

1. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия). Режим доступа <http://uisrussia.msu.ru/>

2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>)

3. Электронная библиотечная система "Университетская библиотека ONLINE". Режим доступа <http://www.biblioclub.ru/> . Доступна версия сайта для слабовидящих.

4. Электронная библиотечная система BOOK.ru. Режим доступа <http://www.book.ru/>. Доступна версия сайта для слабовидящих

5. Электронная библиотечная система Издательства «Юрайт». Режим доступа <http://www.biblio-online.ru/>. Доступна версия сайта для слабовидящих.

6. Электронная библиотечная система Издательства «Лань». Режим доступа <http://e.lanbook.com/> . Доступна версия сайта для слабовидящих.

7. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда. Режим доступа <http://lib.myilibrary.com> .

10. Порядок проведения ГИА для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

При проведении государственной итоговой аттестации обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

проведение государственной итоговой аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации;

присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с председателем и членами государственной экзаменационной комиссии);

пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении государственной итоговой аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;

обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов аудитория должна располагаться на первом этаже, наличие специальных кресел и других приспособлений).

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность сдачи обучающимся инвалидом государственного аттестационного испытания может быть

увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

продолжительность сдачи государственного экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;

продолжительность подготовки обучающегося к ответу на государственном экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;

продолжительность выступления обучающегося при защите выпускной квалификационной работы - не более чем на 15 минут.

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается выполнение следующих требований при проведении государственного аттестационного испытания:

а) для слепых:

задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

письменные задания выполняются обучающимися на бумаге или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;

при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются увеличенным шрифтом;

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в устной форме.

Обучающийся инвалид не позднее чем за 3 месяца до начала проведения государственной итоговой аттестации подает письменное заявление о необходимости создания для него специальных условий при проведении государственных аттестационных испытаний с указанием его индивидуальных особенностей. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей.

11. Материально-техническая база, необходимая для проведения ГИА.

№	Наименование специальных помещений и помещений для	Перечень оборудования и технических средств обучения
---	--	--

	самостоятельной работы	
1	Кабинет (для выполнения ВКР) 213А	<ul style="list-style-type: none"> – рабочее место для консультанта-преподавателя; – компьютер, принтер; – рабочие места для обучающихся; – лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения; – комплект учебно-методической документации.
2	Кабинет (для выполнения ВКР) 218А	<ul style="list-style-type: none"> – рабочее место для консультанта-преподавателя; – компьютер, принтер; – рабочие места для обучающихся; – лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения; – комплект учебно-методической документации.
3	Кабинет (для защиты ВКР)207Н	<ul style="list-style-type: none"> – рабочее место для членов Государственной экзаменационной комиссии; – компьютер, мультимедийный проектор, экран; – лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения.
4	Кабинет (для защиты ВКР)208Н	<ul style="list-style-type: none"> – рабочее место для членов Государственной экзаменационной комиссии; – компьютер, мультимедийный проектор, экран; – лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения.
5	Кабинет (для защиты ВКР)209Н	<ul style="list-style-type: none"> – рабочее место для членов Государственной экзаменационной комиссии; – компьютер, мультимедийный проектор, экран; – лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения.
6	Кабинет (для защиты ВКР)205А	<ul style="list-style-type: none"> – рабочее место для членов Государственной экзаменационной комиссии; – компьютер, мультимедийный проектор, экран; – лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения.
7	Кабинет (для защиты ВКР)520А	<ul style="list-style-type: none"> – рабочее место для членов Государственной экзаменационной комиссии; – компьютер, мультимедийный проектор, экран; – лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения.

Примерное содержание выпускной квалификационной работы

Введение

1. Теоретические основы оценки деятельности конкурентов в составе маркетинговой деятельности предприятия

1.1. Конкуренция в системе факторов маркетинговой деятельности предприятия и современные подходы к ее исследованию

1.2. Роль и значение мониторинга конкурентов в маркетинговой деятельности предприятия

1.3. Организационно-экономическое обеспечение мониторинга конкурентов в маркетинговой деятельности предприятия

2. Методическое обеспечение мониторинга конкурентов в маркетинговой деятельности торговых центров

2.1. Современные методы мониторинга, анализа и оценки деятельности конкурентов в маркетинге

2.2. Методы исследования потребительского поведения при решении информационных задач мониторинга конкурентов

2.3. Информационные модели и особенности их использования при организации мониторинга конкурентов

3. Исследование тенденций и особенностей конкурентной борьбы торговых центров с использованием мониторинга в качестве инструмента маркетинга

3.1. Динамика, факторы и тенденции развития сферы розничной торговли в экономике России

3.2. Особенности конкурентной борьбы в сегменте торговых центров сферы розничной торговли Краснодарского края

3.3. Маркетинговое исследование конкурентных позиций торговых центров Краснодара

3.4. Проект внедрения информационной модели мониторинга конкурентов в маркетинговую деятельность торгового центра

Заключение

Список использованной литературы

**Примерная тематика выпускных квалификационных работ
по направлению подготовки «Торговое дело»,
направленность (профиль) «маркетинг в торговле»**

1. Разработка маркетинговой стратегии торгового предприятия на рынке
2. Формирование рыночных стратегий развития крупных розничных сетей на рынке товаров повседневного спроса (FMCG).
3. Разработка и реализация программ лояльности как фактора стратегических преимуществ торговых предприятий
4. Формирование ассортимента и разработка ассортиментной политики торгового предприятия
5. Разработка интегрированной стратегии продвижения образа торгового предприятия
6. Разработка стратегии продвижения Интернет-магазина.
7. Совершенствование рекламного менеджмента на базе новых коммуникационных технологий (на конкретном примере).
8. Совершенствование системы управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями на предприятии
9. Разработка стратегии продвижения бренда в сети Интернет
10. Инновационные методы стимулирования спроса в сфере услуг.
11. Управление выставочной деятельностью предприятия, организации (на конкретном примере).
12. Разработка программы лояльности для предприятия в сфере электронной коммерции.
13. Анализ и совершенствование сервисной политики предприятия, организации (на конкретном примере).
14. Разработка и совершенствование методов формирования имиджа компании и управления им.
15. Анализ и совершенствование коммуникативной политики предприятия в сети Интернет (на конкретном примере).
16. Исследование конъюнктуры рынка, выпускаемой продукции/услуг (на примере рынка конкретной организации).
17. Исследование особенностей поведения потребителей на рынке (рынок товаров производственного, потребительского назначения).
18. Анализ и совершенствование продуктовой политики предприятия на рынке (на конкретном примере).
19. Разработка ценовой политики для новых промышленных товаров (на конкретном примере).
20. Управление продуктовым портфелем предприятия (на конкретном примере).
21. Оценка конкурентоспособности продукции предприятия, организации на рынке (на конкретном примере).
22. Анализ и совершенствование системы сбытовой деятельности организации (на конкретном примере).
23. Разработка и совершенствование прямого маркетинга в организации, на предприятии (на конкретном примере).
24. Разработка и совершенствование электронного маркетинга (торговли) на предприятии, в организации (на конкретном примере).
25. Анализ и совершенствование коммуникативной политики предприятия, организации (на конкретном примере).

26. Разработка (или совершенствование) фирменного стиля организации (на конкретном примере).
27. Совершенствование системы маркетинга образовательного учреждения (на примере).
28. Совершенствование стратегии продвижения услуг в некоммерческой организации (на конкретном примере).
29. Направления повышения эффективности маркетинговой деятельности торговых сетей
30. Собственные торговые марки в системе инструментов маркетинговой деятельности торговых сетей
31. Мониторинг конкурентов и пути повышения его эффективности
32. Пути повышения эффективности маркетинговых исследований на рынках товаров и услуг
33. Инновационные инструменты маркетинговых коммуникаций и их использование в коммуникационной стратегии современных предприятий
34. Модель потребительского поведения на рынках товаров и услуг: идентификация и управляемая модификация
35. Стратегии, формы и методы ценовой и неценовой конкуренции на современных рынках товаров и услуг
36. Формирование и управление потребительской лояльностью в сфере B2B услуг.
37. Использование инструментов маркетинга в решении проблем восприятия новых технологий.
38. Роль методов инновационного маркетинга в разработке и внедрении новых продуктов на рынок.
39. Формирование лояльности потребителей к розничным торговым сетям с использованием инструментов BTL
40. Разработка дополнительных услуг, повышающих ценность продуктового предложения для внутренних и внешних пользователей.
41. Прогнозирование спроса в сбытовой деятельности предприятия
42. Стратегия позиционирования товаров на целевых рынках фирмы
43. Разработка новых товаров в маркетинговой деятельности фирмы
44. Стратегии маркетинга на различных этапах жизненного цикла товара
45. Социально-этические проблемы в маркетинговой деятельности фирмы
46. Стратегия и тактика ценообразования в маркетинговой деятельности фирмы
47. Управление каналами распределения в маркетинге
48. Маркетинговая логистика в деятельности современной фирмы
49. Организация и планирование сбытовой деятельности
50. Планирование и организация системы маркетинговых коммуникаций фирмы
51. Исследование мотивации потребительского поведения в маркетинге
52. Исследование особенностей поведения коммерческих потребителей
53. Исследование механизмов принятия решений о покупке конечными потребителями
54. Организация и планирование маркетинга на малых предприятиях
55. Развитие маркетинговых технологий в современной телекоммуникационной среде
56. Формирование целевого рынка в стратегии маркетинга
57. Исследование стратегий рыночного поведения фирмы
58. Управление товаром и товарные стратегии в маркетинге
59. Оценка конкурентоспособности нового продукта на этапе его разработки и планирования выведения на рынок
60. Формирование ценовой стратегии фирмы
61. Стратегическое управление каналами распределения и сбыта

62. Разработка рекламной стратегии в маркетинговой деятельности фирмы
63. Формирование стратегии маркетинга международной фирмы
64. Анализ опыта стратегического маркетингового планирования на отечественных предприятиях
65. Использование зарубежного опыта стратегического маркетингового планирования на отечественных предприятиях
66. Формирование стратегического плана маркетинга современной фирмы
67. Формирование маркетинговой стратегии банка
68. Формирование маркетинговой стратегии консалтинговой фирмы
69. Маркетинговая стратегия вуза на рынке образовательных услуг
70. Формирование маркетинговой стратегии развития региона
71. Разработка стратегии формирования образа территории с использованием инструментов маркетинга
72. Анализ конкурентоспособности фирмы в стратегическом планировании
73. Организационные факторы стратегических изменений в компании
74. Выбор и обоснование маркетинговой стратегии в малом бизнесе
75. Исследование динамики развития отраслевых рынков в стратегии маркетинга
76. Разработка инновационной маркетинговой стратегии фирмы
77. Концепция жизненного цикла товара в инновационной стратегии фирмы
78. Методы стратегического анализа в маркетинговой деятельности организации
79. Совершенствование системы управления маркетингом на предприятии
80. Разработка стратегии брендинга на предприятии
81. Методы и инструменты управления маркетингом на диверсифицированном предприятии
82. Разработка маркетинговой стратегии фирмы при выходе на зарубежные рынки
83. Выбор форм проникновения на зарубежные рынки в международном маркетинге

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра маркетинга и торгового дела

Допущена к защите в ГАК

«...».....2017 г.

зав. кафедрой маркетинга

и торгового дела

_____ А.Н. Костецкий

**ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ
ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Выпускная квалификационная работа

Работу выполнил

Кузнецов Р.А.

Факультет экономический

Направление бакалавриата 38.03.06 «Торговое дело»

Научный руководитель

канд. экон. наук, доцент

Костецкий А.Н.

Нормоконтролер

Костецкий А.Н.

Краснодар 2017