

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



УТВЕРЖДАЮ:

Ректор

М.Б. Астапов

2020 г.

Решение ученого совета от

29.05.2020 №13

**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки

38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль) подготовки

Маркетинг в торговле

Тип образовательной программы

академическая

Форма обучения: очная

Квалификация: МАГИСТР

Краснодар
2020 г.

Основная образовательная программа (ООП) составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры). Утвержден Приказом Министерства образования и науки РФ от 30.03.2015 N 323.

Разработчики ООП:

1. Костецкий А.Н., заведующий кафедрой маркетинга и торгового дела ФГБОУ ВО «КубГУ»,
канд. экон. наук, доцент _____
2. Воронов А.А., профессор кафедры маркетинга и торгового дела ФГБОУ ВО «КубГУ», д-р экон. наук _____
3. Малкова Е.М., доцент кафедры маркетинга и торгового дела ФГБОУ ВО «КубГУ», канд. экон. наук _____
4. Шевченко Е.В., доцент кафедры маркетинга и торгового дела ФГБОУ ВО «КубГУ», канд. экон. наук _____
5. Муратова А.Р., ст. преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела ФГБОУ ВО «КубГУ», канд. экон. наук _____

6. Арутюнянц Г.С., директор ООО «Трансинфо» _____
7. Манвелян М. О., генеральный директор ООО «БизнесПрофи», канд. экон. наук _____

Основная профессиональная образовательная программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела
протокол № 5 от 17.04.2020 г.

Заведующий кафедрой _____ Костецкий А.Н.

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета

протокол № от 20.04. 2020 г.

Председатель УМК факультета,

д-р экон. наук, проф. _____ Л.Н. Дробышевская

Эксперт (рецензент):

1. Мальковская Я.В., директор по маркетингу ООО «МИКС ГРУПП», канд. экон. наук

2. Щепакин М.Б., заведующий кафедрой маркетинга и бизнес-коммуникаций ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет», д-р экон. наук, профессор

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Основная образовательная программа высшего образования (ООП ВО) магистратуры, реализуемая ФГБОУ ВО «КубГУ» по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, направленность (профиль) «Маркетинг в торговле».

1.2. Нормативные документы, регламентирующие разработку образовательной программы магистратуры.

1.3. Общая характеристика программы магистратуры.

1.4. Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения программы магистратуры.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ ПРОГРАММЫ «МАРКЕТИНГ В ТОРГОВЛЕ» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

2.1. Область профессиональной деятельности выпускников.

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускников.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускников.

2.3.1. Тип программы магистратуры.

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускников.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРА

3.1. Результаты освоения программы магистратуры.

4. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРЫ «Маркетинг в торговле» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО.

4.1. Учебный план.

4.2. Календарный учебный график.

4.3. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей).

4.4. Рабочие программы практик, в том числе, научно-исследовательской работы (НИР).

4.5. Особенности организации образовательного процесса по образовательным программам для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

5. ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРЫ «Маркетинг в торговле» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО. (характеристика условий реализации программы магистратуры).

5.1. Кадровые условия реализации программы магистратуры.

5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса при реализации программы магистратуры.

5.3. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса в вузе при реализации программы магистратуры.

5.4. Финансовые условия реализации программы магистратуры.

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

7. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРЫ.

7.1 Матрица соответствия требуемых компетенций, формирующих их составных частей ОПОП.

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

7.3. Государственная итоговая аттестация выпускников программы магистратуры.

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

ПРИЛОЖЕНИЯ:

Приложение 1 Учебный план и календарный учебный график.

Приложение 2. Аннотации к рабочим программ учебных дисциплин (модулей).

Приложение 3. Рабочие программы практик.

Приложение 4. Программа государственной итоговой аттестации.

Приложение 5. Матрица соответствия требуемых компетенций, формирующих их составных частей ООП ВО.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Основная образовательная программа высшего образования (ООП ВО) магистратуры, реализуемая ФГБОУ ВО «КубГУ» по направлению подготовки 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО, направленность (профиль) «Маркетинг в торговле».

ООП ВО представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» с учетом требований регионального рынка труда.

Основная образовательная программа высшего образования в соответствии с п.9.ст 2.гл 1 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации», представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки.

ООП ВО (уровень магистратура) по направлению 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО и направленности (профилю) «Маркетинг в торговле» включает в себя: учебный план, календарный учебный график, рабочие программы учебных предметов, дисциплин (модулей), программы практик и научно-исследовательской работы (НИР), программу государственной итоговой аттестации (ГИА) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также оценочные и методические материалы.

Образовательная деятельность по программе осуществляется на государственном языке Российской Федерации – русском языке.

1.2. Нормативные документы, регламентирующие разработку образовательной программы магистратуры.

Нормативно-правовую базу разработки ООП ВО магистратуры составляют:

- Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный закон Российской Федерации от 31 декабря 2014 г. № 500 – ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО (уровень магистратуры), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации N 1334 от 12 ноября 2015 г., зарегистрирован в Минюсте России 03.12.2015 N 39956.
- Приказ Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (для набора 2017г.);

- Приказ Минобрнауки России от 20 июля 2016 г. № 884 «О значениях базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг в сфере образования и науки, молодежной политики, опеки и попечительства несовершеннолетних граждан и значений отраслевых корректирующих коэффициентов к ним».

- Нормативно-методические документы Минобрнауки России;
- Устав ФГБОУ ВО «КубГУ»;
- Нормативные документы по организации учебного процесса в КубГУ (<https://www.kubsu.ru/ru/node/24>).

1.3. Общая характеристика программы магистратуры

1.3.1. Миссия и цели программы магистратуры «Маркетинг в торговле» по направлению подготовки 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Миссия направления. Формирование системы знаний и умений профессионально-исследовательского уровня в подготовке и принятии управленческих решений, направленных на создание и развитие предпринимательского и научно-аналитического потенциала на основе маркетинговых принципов и подходов в рыночной деятельности торговых и иных коммерческих компаний, а также в исследовательской деятельности научных и научно-образовательных организаций.

Образовательные и профессиональные цели обучения. Целью направления является подготовка квалифицированных специалистов и предпринимателей, а также менеджеров различных уровней управления и направлений торгово-розничной, сбытовой, рекламной, логистическо-распределительной, товароведческой и экспертной деятельности предприятий и организаций всех форм собственности любых отраслей и сфер российской экономики, а также государственных органов управления, экспертизы и контроля коммерческой деятельности.

Профиль программы магистратуры «Маркетинг в торговле» конкретизирует ориентацию программы на виды деятельности, связанные с научно-исследовательским и проблемно-аналитическим обоснованием маркетинговых и сбытовых стратегических решений, направленных на обеспечение уникальных конкурентных преимуществ розничных и оптовых торговых предприятий различных продуктовых сегментов рынка.

1.3.2. Срок освоения ООП магистратуры

Срок получения образования по программе магистратуры в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий составляет **2 года**. Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена разработка индивидуального учебного плана, увеличивающего срок обучения на период до полугода.

1.3.3. Трудоемкость ООП магистратуры

Трудоемкость освоения обучающимися ООП ВО за весь период обучения в соответствии с ФГОС ВО составляет **120 зачетных единиц** вне зависимости от формы обучения (в том числе ускоренное обучение), применяемых образовательных технологий и включает все виды контактной и самостоятельной работы обучающегося, практики, НИР и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ООП ВО.

1.3.4. Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения программы магистратуры.

Абитуриент, поступающий на основную образовательную программу уровня магистратуры должен иметь документ установленного государством образца о профессиональном образовании уровня специалитета или бакалавриата.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРЫ «МАРКЕТИНГ В ТОРГОВЛЕ» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

2.1. Область профессиональной деятельности выпускников

В соответствии с ФГОС ВО область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры «Маркетинг в торговле» по направлению 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО, включает организацию, управление и проектирование процессов в области коммерческой деятельности, маркетинга, торговой рекламы, логистики в торговле, товароведения и экспертизы товаров, материально-технического снабжения и сбыта, торгово-посреднической деятельности.

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускников

В соответствии с ФГОС ВО объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратура «Маркетинг в торговле» по направлению 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО, являются:

товары потребительского и производственно-технического назначения;
услуги по торговому обслуживанию покупателей;
коммерческие, товароведные, логистические, торгово-технологические и маркетинговые процессы;
выявляемые и формируемые потребности;
средства рекламы;
методы и средства испытания и контроля качества товаров;
научно-исследовательские процессы, образовательные средства и методы.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускников

Виды профессиональной деятельности ООП определяются совместно с заинтересованными работодателями исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательских и материально-технических ресурсов ФГБОУ ВО «КубГУ» на основе перечня предусмотренных ФГОС ВО видов профессиональной деятельности по направлению 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО.

ООП по направлению 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО, профиль «Маркетинг в торговле» предусматривает следующие виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу магистратура:

- торгово-технологическая;
- организационно-управленческая;
- научно-исследовательская;
- проектная.

Программа магистратура «Маркетинг в торговле» очной формы обучения ориентирована на **научно-исследовательский** вид профессиональной деятельности как основной. Это обусловлено исследовательской и развивающей ролью маркетинга в деятельности коммерческих организаций в условиях конкуренции и необходимостью формирования исследовательско-аналитических компетенций и способностей обучающихся, востребуемых на рынке квалифицированных кадров в экономике Краснодарского края.

Для формирования исследовательско-прикладных знаний, умений и навыков, расширяющих сферу профессиональной мобильности выпускников, дополнительных видов деятельности программа магистратура «Маркетинг в торговле» предусматривает дополнительные виды деятельности:

- торгово-технологическая;
- организационно-управленческая;
- проектная.

Содержание программы магистратура «Маркетинг в торговле» формируется в зависимости от выбранных видов деятельности и соответствующих этим видам деятельности требований к результатам освоения образовательной программы.

2.3.1. Тип программы магистратура «Маркетинг в торговле»

Программа магистратура «Маркетинг в торговле» очной формы обучения ориентирована на **научно-исследовательский** вид профессиональной деятельности как основной. Это обуславливает **академический** тип программы магистратура «Маркетинг в торговле» (программа академического магистратура).

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускников

В соответствии с ФГОС ВО выпускников, освоивший программу магистратура «Маркетинг в торговле» по направлению 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО в соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

научно-исследовательская деятельность (основной вид деятельности):

проведение научных исследований в определенной профессиональной деятельности;

анализ и оценка результатов научных исследований;

исследование, прогнозирование тенденций и оценка изменений конъюнктуры рынков;

исследование, моделирование и оценка бизнес-технологий;

прогнозирование потребностей и оценка степени их удовлетворенности;

анализ состояния и динамики показателей качества товаров и услуг с использованием современных методов и средств исследований;

изучение прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности (маркетинговой, или коммерческой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или экспертной);

поиск, анализ, систематизация и обобщение научной информации;

торгово-технологическая деятельность:

выбор инноваций в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной), анализ и оценка их экономической эффективности;

выявление и оценка рисков и их последствий в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

выбор инновационных систем закупки и продажи товаров, торгового обслуживания покупателей;

разработка и оценка эффективности инновационных торгово-технологических, или маркетинговых, или логистических, или рекламных технологий;

организационно-управленческая деятельность:

стратегический анализ проблем организации (предприятия) и выбор оптимальных вариантов их решения;

организация и управление бизнес-планированием;

анализ и оценка эффективности инновационных бизнес-проектов организации (предприятия);

разработка тактики и стратегии организации (предприятия), прогнозирование и оценка их оптимальности;

организация и управление бизнесом на рынке товаров и услуг, анализ и оценка бизнес-среды организации (предприятия);

планирование и принятие решений в области коммерции, или маркетинга, или логистики, или рекламы, или товароведения; оценка их эффективности;

разработка и управление товарной политикой организации (предприятия);

анализ, оценка и прогнозирование результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

планирование рекламной деятельности, создание и управление брендами;

управление и оптимизация внутренней и внешней логистики торгового предприятия;

проектная деятельность:

проектирование, разработка и реализация информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

поиск идей, проектирование и разработка новых товаров и услуг, форм и средств рекламы;

прогнозирование и проектирование ассортимента товаров;

оценка и обеспечение прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров (в том числе и услуг) и организаций (предприятий), ее обеспечение;

проектирование и разработка бренд-технологий;

проектирование стратегии развития логистики организации.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРА «МАРКЕТИНГ В ТОРГОВЛЕ» ПО НАПРАВЛЕНИЮ 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

В результате освоения программы магистратура у выпускника должны быть сформированы общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен обладать следующими общекультурными компетенциями:

способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень (ОК-4);

способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-5);

способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение (ОК-6);

способностью адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей (ОК-7);

способностью критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска (ОК-8);

готовностью к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способность быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования (ОК-9).

Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями:

готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);

готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);

способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-3);

готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ОПК-4).

Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими виду (видам) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа магистратуры:

торгово-технологическая деятельность:

способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров (ПК-1);

готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) (ПК-2);

организационно-управленческая деятельность:

способностью анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия (ПК-3);

готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) (ПК-4);

способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) (ПК-5);

научно-исследовательская деятельность:

способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов (ПК-6);

способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы (ПК-7);

способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ (ПК-8);

проектная деятельность:

готовностью к проектированию и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (ПК-9);

способностью к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий (ПК-10);

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

4. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ

**И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА
ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРА «МАРКЕТИНГ
В ТОРГОВЛЕ» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ
38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО**

В соответствии с п.9 статьи 2 Федерального закона от 29 декабря 2012 года «Об образовании в Российской Федерации» ФЗ-273 и ФГОС ВО содержание и организация образовательного процесса при реализации ООП ВО регламентируется: учебным планом, календарным учебным графиком, рабочими программами учебных дисциплин (модулей), программами практик, включая программу НИР и программу преддипломной, другими материалами, иных компонентов, включенных в состав образовательной программы по решению методического совета ФГБОУ ВО «КубГУ», обеспечивающих качество подготовки и воспитания обучающихся; а также оценочными и методическими материалами.

4.1. Учебный план.

Рабочий учебный план разработан с учетом требований к структуре ООП и условиям реализации основных образовательных программ, сформулированными в разделах VI, VII ФГОС ВО по направлению подготовки **38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО**, а также в соответствии с внутренними требованиями Университета.

Структура программы магистратуры «Маркетинг в торговле» включает обязательную часть (базовую) и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную). Это обеспечивает возможность реализации программ магистратуры, имеющих различную направленность (профиль) образования в рамках одного направления подготовки (далее - направленность (профиль) программы).

Программа магистратуры состоит из следующих блоков:

Блок 1 "Дисциплины (модули)", который включает дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы, и дисциплины (модули), относящиеся к ее вариативной части.

Блок 2 "Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)", который в полном объеме относится к вариативной части программы.

Блок 3 "Государственная итоговая аттестация", который в полном объеме относится к базовой части программы и завершается присвоением квалификации, указанной в перечне специальностей и направлений подготовки высшего образования, утверждаемом Министерством образования и науки Российской Федерации.

Таблица 1

Структура программы магистратуры в соответствии с ФГОС ВО

Структура программы магистратуры	Объем программы магистратуры в
----------------------------------	--------------------------------

		з.е.
Блок 1	Образовательные модули (дисциплины)	57 - 63
	Базовая часть	18 - 24
	Вариативная часть	39
Блок 2	Практики и научно-исследовательская работа (НИР)	48 - 57
	Вариативная часть	48 - 57
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	6 - 9
	Базовая часть	6 - 9
Объем программы магистратуры		120

Таблица 2

Фактическая структура программы магистратуры «Маркетинг в торговле»,
Направление 38.04.06 Торговое дело

Структура программы магистратуры		По ФГОС		По РУП
Б1	Дисциплины (модули)	57	63	60
Б1.Б	Базовая часть	18	24	21
Б1.В	Вариативная часть	39	39	39
Б2	Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)	48	57	51
Б2.В	Вариативная часть	48	57	51
Б3	Государственная итоговая аттестация	6	9	9
Б3.Б	Базовая часть	6	9	9
ФТД	Факультативы	2	10	4
ФТД.В	Вариативная часть	2	10	4

В учебном плане отображается логическая последовательность освоения блоков и разделов ОП (дисциплин, модулей, практик), обеспечивающих формирование компетенций. Указывается общая трудоемкость дисциплин, модулей, практик в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в часах.

В базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» указывается перечень базовых дисциплин (модулей), являющихся обязательными для освоения обучающимися вне зависимости от направленности (профиля) программы магистратура, которую он осваивает. (ФГОС ВО п.6.3).

Дисциплины (модули), относящиеся к вариативной части программы магистратура и практики, определяют направленность (профиль) программы магистратура. В вариативной части Блока 1 представлены перечень и последовательность дисциплин (модулей). После выбора обучающимся направленности (профиля) программы набор соответствующих дисциплин (модулей) и практик становится обязательным для освоения обучающимся.

Учебный план с календарным учебным графиком представлен в макете УП (ИМЦА г. Шахты). Копия учебного плана с календарным учебным графиком представлена в Приложении 1.

4.2. Календарный учебный график.

В календарном учебном графике указана последовательность реализации ООП по годам, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, каникулы.

Учебный план с календарным учебным графиком представлен в макете УП (ИМЦА г. Шахты). Копия учебного плана с календарным учебным графиком представлена в Приложении 1.

4.3. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей).

Рабочие программы дисциплин по программе магистратура «Маркетинг в торговле» по направлению 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО разработаны в соответствии с логикой и распределением трудоемкости процесса обучения в учебном плане ООП, а также с требованиями к планируемому результату освоения содержания дисциплины, соотношенным с результатами освоения ООП в соответствии с ФГОС ВО. В виду значительного объема материалов, в ООП приводятся аннотации рабочих программ всех учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) как базовой, так и вариативной частей учебного плана, включая дисциплины по выбору студента (Приложение 2). Аннотации дисциплин находятся в свободном доступе в БИП ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», режим доступа <https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/guests/selectspeciality.jsp?fid=17>. В полном объеме рабочие программы дисциплин также размещены в электронном виде в БИП университета, режим доступа через аккаунты кафедр-разработчиков или деканата экономического факультета.

4.4. Рабочие программы практик, в том числе, научно-исследовательской работы (НИР).

В соответствии с ФГОС ВО (п.6.7) по направлению подготовки 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО в Блок 2 «Практик» входят учебная и производственная, в том числе преддипломная, практики.

Блок 2 «Практики» является вариативным и разрабатывается в зависимости от видов деятельности, на которые ориентирована программа магистратуры. Основным видом деятельности программы магистратуры «Маркетинг в торговле» по направлению 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО является научно-исследовательский, что обуславливает конкретную структуру и последовательность практик. Учебная и производственная практика представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических дисциплин, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций обучающихся.

При реализации ООП ВО «Маркетинг в торговле» уровня магистратуры

предусматриваются следующие виды практик:

а) учебная (Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности), семестр А, 3 зачетные единицы;

производственная, в том числе

б) научно-исследовательская, семестр А, 6 зачетных единиц;

в) технологическая практика, семестр С, 6 зачетных единиц;

г) практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, семестр А, 3 зачетные единицы;

г) научно-исследовательская работа, 9, А, В, С семестры, 3 зачетные единицы;

преддипломная практика, 8 семестр, 6 зачетных единиц.

Таблица 3

Типы и виды практик программы «Маркетинг в торговле»

Типы и виды практики	Курс	Сем. курса	Продолжительность (недель)	Трудо-ем-кость, зач. ед.
Вид практики: Учебная практика				
Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	5	А	2	3
Вид практики: Производственная практика				
Научно-исследовательская практика	5	А	6	9
Технологическая практика	6	С	4	6
Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	6	С	4	6
Вид практики: Преддипломная практика				
Преддипломная практика	6	С	6	9
Вид практики: Научно-исследовательская работа				
Научно-исследовательская работа	5,6	9,А,Б,С	12	18

В приложении 3 представлены рабочие программы практик.

4.5. Особенности организации образовательного процесса по образовательным программам для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организация образовательного процесса лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов осуществляется в соответствии с «Требовани-

ями к организации образовательного процесса для обучения лиц с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья в профессиональных образовательных организациях, в том числе оснащенности образовательного процесса» (утверждены Минобрнауки 26.12.2013г. № 06-2412 вн), «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» (Утверждены Минобрнауки 08.04.2014 №АК-44/05 вн) и Положением «Об организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья».

Студенты с инвалидностью и имеющие ограниченные возможности здоровья обучаются в КубГУ или по общему учебному плану, или по индивидуальному учебному плану в установленные сроки с учетом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося. Срок получения высшего образования при обучении по индивидуальному учебному плану для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по образовательной программе «Маркетинг в торговле» может быть при необходимости увеличен на период до полугода).

При составлении индивидуального графика обучения возможны различные варианты проведения занятий: в академической группе и индивидуально, на дому с использованием дистанционных образовательных технологий.

В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

Студенты с ограниченными возможностями здоровья, в отличие от остальных студентов, имеют свои специфические особенности восприятия, переработки материала. Подбор и разработка учебных материалов производится с учетом индивидуальных особенностей. Выбор мест прохождения практик для обучающихся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья с учетом требований их доступности для данных обучающихся определяется индивидуальным графиком прохождения практики с учетом особенностей студента.

5. ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Фактическое ресурсное обеспечение данной ООП ВО формируется на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ магистратура, определяемых ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО.

2.1. Кадровые условия реализации программы магистратура

Реализация программы магистратура обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками ФГБОУ ВО «КубГУ», а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на условиях гражданско-правового договора.

Квалификация руководящих и научно-педагогических работников ФГБОУ ВО «КубГУ», участвующих в реализации ООП соответствует квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, разделе «Квалификационные характеристики должностей руководителей, специалистов высшего профессионального образования», утвержденном приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11 января 2011г. №1н (зарегистрированным Минюстом Российской Федерации 23 марта 2011г. регистрационный номер №20237) и профессиональным стандартом «Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования», утвержденным Приказом Минтруда России от 08.09.2015 №608н и зарегистрированным в Минюсте России 24.09.2015 № 38993), что подтверждается соответствующими документами, удостоверениями, сертификатами об обучении всех НПР основам охраны труда, о повышении квалификации НПР по программам дополнительного профессионального образования по профилю педагогической деятельности.

К преподаванию дисциплин, предусмотренных учебным планом ООП ВО 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО, профиль «Маркетинг в торговле» привлечено 39 человек из числа штатных научно-педагогических работников, научно-педагогических работников других образовательных учреждений, руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы магистратура.

Таблица 4

Требования ФГОС ВО к кадровым условиям реализации ООП	Показатели по ООП	Показатели ФГОС ВО
Доля штатных научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок)	79 %	Не менее 50%
Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации) и/или ученое звание (в том числе ученое звание, полученное за рубежом и признаваемое в Российской Федерации), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих образовательную программу	81 %	Не менее 70 %
Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно педагогических работников, реализующих образовательную программу	100 %	Не менее 70 %

Доля работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы магистратура (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников, реализующих образовательную программу	15 %	Не менее 10 %
---	------	---------------

Сведения о преподавателях из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы магистратура (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет)

Таблица 4

№ п/п	Ф.И.О.	Наименование организации	Должность в организации	Время работы в организации	Учебная нагрузка в рамках образовательной программы за весь период реализации (доля ставки)
1	Омельяненко А.В.	ООО «Профессионалы Юга»	Директор	С 2010г. по настоящее время	0,3
2	Луговой А.А.	ООО «Р-Класс»	Зам. директора по маркетингу	С 2002 г. по настоящее время	0,25
3	Чекашкина Н.Р.	ООО «	Зам. директора по маркетингу	С 2010г. по настоящее время	0,25

В соответствии с профилем данной ООП ВО выпускающей кафедрой является кафедра маркетинга и торгового дела.

2.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса при реализации программы магистратура

В соответствии с п. 7.1.2. ФГОС ВО каждый обучающийся ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

<http://www.biblioclub.ru>. Многоуровневая система навигации ЭБС позволяет оперативно осуществлять поиск нужного раздела. Личный кабинет индивидуализирован, то есть каждый пользователь имеет личное пространство с возможностью быстрого доступа к основным смысловым узлам.

При чтении масштаб страницы можно увеличить, можно использовать полноэкранный режим отображения книги или включить озвучивание текста непосредственно с сайта при помощи программ экранного доступа, например, Jaws, «Balabolka».

Скачиваемые фрагменты в формате pdf, содержащие подтекстовый слой, достаточ-но высокого качества и могут использоваться тифлопрограммами для голосового озвучивания текстов, быть загружены в тифлоплееры (устройств для прослушивания книг), а также скопированы на любое устройство для комфортного чтения.

ЭБС представлена медиатека, которая включает в себя около 3000 тематических аудиокниг различных издательств. В 2017 году контент ЭБС начал пополняться книгами и учебниками в международном стандартизированном формате Daisy для незрячих, основу которого составляют гибкая навигация и защищенность контента. Количество таких книг учебников в ЭБС увеличивается ежемесячно.

ЭБС издательства «Лань» <https://e.lanbook.com>

Реализована возможность использования читателями **мобильного** приложения, позволяющего работать в режиме оффлайн для операционных систем iOS и Android. Приложение адаптировано для использования незрячими пользователями: чтение документов в формате PDF и ePUB, поиск по тексту документа, оффлайн-доступ к скачанным документам. Функция «Синтезатор» позволяет работать со специально подготовленными файлами в интерактивном режиме: быстро переключаться между приложениями, абзацами и главами, менять скорость воспроизведения текста синтезатором, а также максимально удобно работать с таблицами в интерактивном режиме.

ЭБС «Юрайт» <https://biblio-online.ru>,

ЭБС «ZNANIUM.COM» <http://znanium.com>,

ЭБС «Book.ru» <https://www.book.ru>

Во всех ЭБС имеются специальные версии сайтов для использования лицами с ограничениями здоровья по зрению. При чтении книг и навигации по сайтам применяются функции масштабирования и контрастности текста.

С целью обеспечения доступа к информационным ресурсам лиц с ограниченными возможностями здоровья в Зале мультимедиа Научной библиотеки КубГУ(к.А.218) оборудованы автоматизированные рабочие места для пользователей с возможностями аудио-восприятия текста. Компьютеры оснащены накладками на клавиатуру со шрифтом Брайля, колонками и наушниками. На всех компьютерах размещено программное обеспечение для чтения вслух текстовых файлов. Для воспроизведения звуков человеческого голоса используются речевые синтезаторы, установленные на компьютере. Поддерживаются форматы файлов: AZW, AZW3, CHM, DjVu, DOC, DOCX, EML, EPUB, FB2, HTML, LIT, MOBI, ODS, ODT, PDB, PDF, PRC, RTF, TCR, WPD, XLS, XLSX. Текст может быть сохранен в виде аудиофайла (поддерживаются форматы WAV, MP3, MP4, OGG и WMA). Программа также может сохранять текст, читаемый компьютерным голосом, в файлах формата LRC или в тегах ID3 внутри звуковых файлов формата MP3. При воспроизведении такого звукового файла в медиаплеере текст отображается синхронно. В каждом компьютере предусмотрена возможность масштабирования.

На сайте КубГУ также имеется специальная версия для слабовидящих, позволяющая лицам с ограничениями здоровья по зрению просматривать

страницы и документы с увеличенным шрифтом и контрастностью, что делает навигацию по страницам сайта, том числе и Научной библиотеки, более удобным.

Полный Перечень представлен на сайте Научной библиотеки КубГУ и определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

Электронно-библиотечные системы содержат издания по всем изучаемым дисциплинам, и сформированной по согласованию с правообладателем учебной и учебно-методической литературой. Электронно-библиотечная система обеспечивает возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет как на территории ФГБОУ ВО «КубГУ», так и вне ее. При этом, одновременно имеют индивидуальный доступ к таким системам 100 % обучающихся, включая удаленный доступ из дома.

Для обучающихся обеспечен доступ к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам. Перечень профессиональных баз данных, информационных справочных и поисковых систем ежегодно обновляется. Его состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей), программ практик:

№	Наименование электронного ресурса	Ссылка на электронный адрес
	Консультант Плюс - справочная правовая система	

Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «КубГУ» <https://infoneeds.kubsu.ru> обеспечивает доступ к учебно-методической документации: учебный план, рабочие программы дисциплин (модулей), практик, комплекс основных учебников, учебно-методических пособий, электронным библиотекам и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах всех учебных дисциплин (модулей), практик, НИР и др.

Перечисленные компоненты ООП ВО представлены на сайте ФГБОУ ВО «КубГУ» <https://www.kubsu.ru/> в разделе «Образование», вкладка «Образовательные программы» и локальной сети.

В электронном портфолио обучающегося, являющегося компонентом электронной информационно-образовательной среды в соответствии с ФГОС ВО может фиксироваться ход образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы магистратуры каждого обучающегося.

Доделать. Электронная информационно – образовательная среда обеспечивает формирование и хранение электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающихся (курсовых, дипломных, проектных...), рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса.

Электронная информационно – образовательная среда обеспечивает взаимодействие между участниками образовательного процесса (*указать форму и виды взаимодействия, в том числе взаимодействие посредством сети «Интернет» (при наличии)*).

ЭлИОС обеспечивает проведение _____ занятий (указать все виды занятий, реализация которых предусмотрена ОПОП с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий); процедур оценки результатов обучения. (при наличии)

Функционирование электронной информационно-образовательной среды, соответствующей законодательству Российской Федерации, обеспечивается средствами информационно-коммуникационных технологий таких, как (указать используемые на факультете/в институте средства информационно-коммуникационных технологий) и квалифицированными специалистами, прошедшими дополнительное профессиональное образование и/или специалистами, имеющими специальное образование, ее поддерживающих и научно-педагогическими работниками ее, использующими в организации образовательного процесса.

Библиотечный фонд укомплектован печатными и/или электронными изданиями основной учебной литературы по всем дисциплинам (модулям), практикам, ГИА, указанных в учебном плане ООП ВО «Маркетинг в торговле».

Обеспеченность дисциплин основной литературой в целом по ООП ВО в условиях использования различных ЭБС полностью покрывает потребности учебного процесса и позволяет студентам осуществлять широкий выбор источников для изучения дисциплин. Фонд дополнительной литературы включает официальные справочно-библиографические и специализированные периодические издания. Обеспеченность дисциплин и практик дополнительной литературой в условиях использования различных ЭБС также полностью покрывает потребности учебного процесса.

1.3. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса в вузе при реализации программы магистратура «Маркетинг в торговле»

ФГБОУ ВО «КубГУ» располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательских работ обучающихся, предусмотренных учебным планом ВО 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО, профиль «Маркетинг в торговле».

Материально-техническое обеспечение реализации ООП ВО ВО 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО, профиль «Маркетинг в торговле» включает:

Материально-техническое обеспечение учебного процесса

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Занятия лекционного типа	Аудитории, укомплектованные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и прикладным программным обеспечением (Microsoft Office). Ауд. 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 201А, 205А, 4033Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5045Л, 5046Л
2.	Занятия семинарского типа	Аудитории А208Н, 202А, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А, а также аудитории, укомплектованные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и прикладным программным обеспечением (Microsoft Office).

		Ауд., 2026Л, 2027Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 5043Л, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н
3.	Лабораторные занятия	Лаборатории, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения. Рабочие места, подключены к локальной сети факультета, имеют доступ к глобальной сети Интернет. Ауд. 201Н, 202Н, 203Н, А203Н, 205А
4.	Групповые и индивидуальные консультации	Кафедра маркетинга и торгового дела (ауд. 223, 224, 230, 236, 206А, 205Н, 218Н), ауд. А208Н
5.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитории, укомплектованные презентационной техникой (проектор, экран, ноутбук) и прикладным программным обеспечением (Microsoft Office). Ауд. 520А, 207Н, 208Н, 209Н, 212Н, 214Н, 201А, 205А, А208Н, 202А, 210Н, 216Н, 513А, 514А, 515А, 516А, 2026Л, 2027Л, 4033Л, 4034Л, 4035Л, 4036Л, 4038Л, 4039Л, 5040Л, 5041Л, 5042Л, 5043Л, 5045Л, 5046Л, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н
6.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета Ауд. 213А, 218А, 201Н, 202Н, 203Н, А203Н
7.	Курсовые работы	Кабинет для выполнения курсовых работ, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета Ауд. 213А, 218А

Материально-техническое обеспечение процесса самостоятельной работы в современных телекоммуникационных средах

№	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень оборудования и технических средств обучения
	Компьютерный класс Ауд. 201Н	19 рабочих мест. Рабочие места, подключены к локальной сети факультета, имеют доступ к глобальной сети Интернет. Установлено прикладное программное обеспечение: Windows дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Microsoft Office дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Statistica дог. №74-АЭФ/44-ФЗ/2017 от 05.12.2017 MatLab дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 MathCad дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 Mathematica дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 Консультант+

		<p>Гарант 1с дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014</p>
Компьютерный класс Ауд. 202Н		<p>15 рабочих мест. Рабочие места, подключены к локальной сети факультета, имеют доступ к глобальной сети Интернет. Установлено прикладное программное обеспечение: Windows дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Microsoft Office дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Statistica дог. №74-АЭФ/44-ФЗ/2017 от 05.12.2017 MatLab дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 MathCad дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 Mathematica дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 Консультант+ Гарант 1с дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014</p>
Компьютерный класс Ауд. 203Н		<p>15 рабочих мест. Рабочие места, подключены к локальной сети факультета, имеют доступ к глобальной сети Интернет. Установлено прикладное программное обеспечение: Windows дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Microsoft Office дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Statistica дог. №74-АЭФ/44-ФЗ/2017 от 05.12.2017 MatLab дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 MathCad дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 Mathematica дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 Консультант+ Гарант 1с дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014</p>
Компьютерный класс Ауд. А203Н		<p>15 рабочих мест. Рабочие места, подключены к локальной сети факультета, имеют доступ к глобальной сети Интернет. Установлено прикладное программное обеспечение: Windows дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Microsoft Office дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Statistica дог. №74-АЭФ/44-ФЗ/2017 от 05.12.2017 MatLab дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 MathCad дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 Mathematica дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 Консультант+ Гарант 1с дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014</p>
Мультимедийная аудитория 205А		Проектор Epson с беспроводным подключением, ноутбук 15".
Мультимедийная аудитория 2026Л		Проектор Epson с беспроводным подключением, ноутбук 15".
Мультимедийная аудитория 2027Л		Проектор Epson с беспроводным подключением, ноутбук 15".
Мультимедийная аудитория 4034Л		Проектор Epson с беспроводным подключением, ноутбук 15".

	Мультимедийная аудитория 4035Л	Проектор Epson с беспроводным подключением, ноутбук 15".
	Мультимедийная аудитория 4036Л	Проектор Epson с беспроводным подключением, ноутбук 15".
	Мультимедийная аудитория 5043Л	Проектор Epson с беспроводным подключением, ноутбук 15".
	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета Ауд.213А	30 рабочих мест. Рабочие места имеют доступ к глобальной сети Интернет. Установлено прикладное программное обеспечение: Windows дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Microsoft Office дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017
	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета Ауд. 218А	6 рабочих мест. Рабочие места оборудованы клавиатурами с алфавитом Брайля и имеют доступ к глобальной сети Интернет. Установлено прикладное программное обеспечение: Windows дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Microsoft Office дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Система голосового сопровождения «Балаболка»

Материально-техническое обеспечение процесса подготовки и защиты ВКР

№	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень оборудования и технических средств обучения
	Кабинет (для выполнения ВКР) 213А	рабочее место для консультанта-преподавателя; компьютер, принтер; рабочие места для обучающихся; лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения; комплект учебно-методической документации.
	Кабинет (для выполнения ВКР) 218А	рабочее место для консультанта-преподавателя; компьютер, принтер; рабочие места для обучающихся; лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения;

		комплект учебно-методической документации.
	Кабинет (для защиты ВКР)207Н	рабочее место для членов Государственной экзаменационной комиссии; компьютер, мультимедийный проектор, экран; лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения.
	Кабинет (для защиты ВКР)208Н	рабочее место для членов Государственной экзаменационной комиссии; компьютер, мультимедийный проектор, экран; лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения.
	Кабинет (для защиты ВКР)209Н	рабочее место для членов Государственной экзаменационной комиссии; компьютер, мультимедийный проектор, экран; лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения.
	Кабинет (для защиты ВКР)205А	рабочее место для членов Государственной экзаменационной комиссии; компьютер, мультимедийный проектор, экран; лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения.
	Кабинет (для защиты ВКР)520А	рабочее место для членов Государственной экзаменационной комиссии; компьютер, мультимедийный проектор, экран; лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения.

ФГБОУ ВО «КубГУ» обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения состав которого определен в рабочих программах дисциплин (модулей), программ практик:

№ п/п	№ договора	Перечень лицензионного программного обеспечения
1.	Дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017	Подписка на 2017-2018 учебный год на программное обеспечение в рамках программы компании Microsoft "Enrollment for Education Solutions" для компьютеров и серверов Кубанского государственного университета и его филиалов:
2.		DsktpEdu ALNG LicSAPk MVL
3.		VisioPro ALNG LicSAPk MVL
4.		ExchgSvrEnt ALNG LicSAPk MVL
5.		SfBSvr ALNG LicSAPk MVL
6.		SQLSvrEntCore ALNG LicSAPk MVL 2Lic CoreLic
7.		SQLSvrStdCore ALNG LicSAPk MVL 2Lic CoreLic
8.		SysCtrDatactrCore ALNG LicSAPk MVL 2Lic CoreLic
9.		WinSvrDCCore ALNG LicSAPk MVL 2Lic CoreLic
10.		WinSvrSTDCore ALNG LicSAPk MVL 2Lic CoreLic
11.		SysCtrOpsMgrCltML ALNG LicSAPk MVL PerOSE
12.		WinRmtDsktpSrvsCAL ALNG LicSAPk MVL DvcCAL
13.		VDIStew/MDOP ALNG SubsVL MVL PerDvc

14.		«Модуль интеграции сервера бизнес-коммуникаций и службы поддержки пользователей» PIT SD TM Srv Std RUS LicSAPk OLVS 1Y
15.		Клиентские лицензии PIT UsrCAL Suite Std RUS OLVS 1Y
16.	Контр. №51-	Предоставление бессрочных прав пользования прикладным программным обеспечением COMSOL Multiphysics ClassKit License
17.	АЭФ/223-2017 от 17.07.2017	Предоставление бессрочных прав пользования программным обеспечением LiveLink for MATLAB для использования с COMSOL Multiphysics ClassKit License

1.4. Финансовые условия реализации программы магистратура

Финансовое обеспечение реализации программы магистратура осуществляется в объеме **не ниже** установленных Министерством образования и науки Российской Федерации базовых нормативных затрат на оказание государственной услуги в сфере образования для данного уровня образования и направления подготовки с учетом корректирующих коэффициентов, учитывающих специфику образовательных программ в соответствии с Методикой определения нормативных затрат на оказание государственных услуг по реализации имеющих государственную аккредитацию образовательных программ высшего образования по специальностям и направлениям подготовки, утвержденной приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 2 августа 2013 г. N 638 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 сентября 2013 г., регистрационный № 29967).

5. ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ВУЗА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЙ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» – один из наиболее авторитетных вузов Южного федерального округа и Краснодарского края, имеющий глубокие исторические традиции образовательной и воспитательной деятельности. Университет располагает всеми необходимыми условиями и возможностями обеспечить общекультурные (социально-личностные) компетенции выпускников, что неоднократно подтверждалось при получении лицензии на ведение образовательной деятельности, а также успешными карьерными ростом и достижениями его выпускников.

В ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» воспитательная деятельность рассматривается как важная и неотъемлемая часть непрерывного многоуровневого образовательного процесса.

Развивая основные направления государственной молодежной политики в сфере образования, руководство университета совместно с общественными организациями, студенческим самоуправлением, опираясь на высокий интеллектуальный потенциал классического университета системно и взаимообусловленно решает задачи образования, науки и воспитания. В основу воспитательной работы в КубГУ положена концепция модернизации российского об-

разования, которая отмечает, что воспитание является органичной составляющей педагогической деятельности, интегрированной в общий процесс обучения и развития студентов. В КубГУ созданы все необходимые формы активного участия студенчества в этой работе, через сформированные выборные социальные институты посредством участия своих представителей или непосредственно путем личного участия через Ученый совет КубГУ, ученые советы факультетов, Совет обучающихся КубГУ, Первичную профсоюзную организацию студентов университета, Студенческое научное общество, иные органы студенческого самоуправления, различные общественные организации и т.д.

В КубГУ создан и активно действует Совет по воспитательной работе, а также Совет по социальным вопросам, возглавляемый ректором КубГУ.

На факультетах вопросами общего руководства воспитательной деятельностью занимаются деканы, текущую работу осуществляют и контролируют заместители деканов по воспитательной работе, кураторы учебных групп и органы студенческого самоуправления.

Студенты университета имеют возможность реализовать свой творческий потенциал в студиях, творческих коллективах, кружках, секциях, которые функционируют при Молодежном культурно-досуговом центре КубГУ, волонтерском центре КубГУ, Объединённом совете обучающихся.

Совет обучающихся Кубанского государственного университета – единый координационный центр студенческих организаций КубГУ, определяющий ключевые направления развития внеучебной жизни в университете и призванный обеспечить эффективное развитие студенческих организаций, входящих в его состав.

Миссия Совета – формирование среды, способствующей эффективной самореализации студентов в научной, профессиональной, творческой и спортивной сферах.

Совет обучающихся Кубанского государственного университета осуществляет активную деятельность уже 5 лет. Развитию Совета способствует ежегодное успешное участие университета в конкурсе, проводимом Министерством образования и науки РФ в рамках Программы развития деятельности студенческих объединений.

В настоящее время Совет обучающихся включает в 17 студенческих советов, а также 15 студенческих организаций университета, благодаря чему обеспечивается представительство всего студенчества КубГУ при разрешении вопросов, связанных с назначением стипендий, улучшению условий обучения, проживания в общежитиях и т.д.

В Совете функционируют такие организации, как:

1. Пресс-центр – обеспечение информационного пространства КубГУ. Занимается освещением всех мероприятий в университете и вне, если в них участвуют студенты КубГУ.

2. Студенческое научное общество (СНО) – это молодежная организация, объединяющая на добровольной основе студентов университета с целью

развития, поддержки и стимулирования их научной деятельности, способствующей повышению качества подготовки специалистов и созданию условий для эффективной учебы.

3. Центр патриотического воспитания – это идеологический ориентир для каждого студента нашего университета.

4. Координационный совет волонтерского движения (КСВД) – студенческая организация, которая координирует и поддерживает добровольческую деятельность студентов нашего университета.

5. Бизнес-полигон – предпринимательский студенческий клуб для тех, кто интересуется бизнесом и хочет реализовать собственные проекты.

6. Студенческий совет общежитий – объединяет студенческие советы всех общежитий кампуса КубГУ.

7. Политический клуб "Клуб парламентских дебатов" (КПД) – осуществляет развитие личности, критического мышления, навыков ораторского мастерства и создает жизненные модели для решения различных вопросов.

8. Студенческий спортивный клуб "Империал" – команда людей, деятельность которых направлена на помощь в совершенствовании физических и духовных качеств каждого студента КубГУ.

9. Студенческий клуб «Платформа инициатив» – объединение самых активных, находчивых и целеустремленных ребят со всех факультетов КубГУ, которые занимаются организацией досуга студентов.

10. Совет старост по вопросам качества образования – коллегиальный орган старост академических групп, целью деятельности которого является улучшение качества образования в ВУЗе и обеспечение права студентов на участие в управлении образовательным процессом.

11. Центр развития карьеры – студенческий клуб, основным направлением деятельности которого является комплексная поддержка и оказание помощи студентам и выпускникам КубГУ всех специальностей и специализаций в поиске практики, планировании своей карьеры и трудоустройстве на современном рынке труда.

12. Корпус студенческих наставников – объединение инициативных, целеустремленных студентов университета, желающих сохранить и поддержать традиции университета, а также помочь первокурсникам включиться в яркую, студенческую жизнь.

13. Отделение Российских студенческих отрядов (РСО) – крупнейшая молодежная организация страны, которая обеспечивает временной трудовой занятостью более 240 тысяч молодых людей, а также занимается гражданским и патриотическим воспитанием, развивает творческий и спортивный потенциал молодежи.

14. Клуб настольных и интеллектуальных игр «Стратегия» – студенческая организация, созданная в целях повышения интеллектуальных способностей студентов, навыков командной работы и лидерских качеств, развития их социальной активности и нестандартного мышления.

15. Студенческий поисково-спасательный отряд ВСКС КубГУ – это студенческая организация, которая с момента своего создания ведет активную спортивную и пропагандистскую деятельность в стенах КубГУ.

Совет обучающихся можно с уверенностью назвать объединением, активно влияющим на деятельность всего университета.

Волонтерское движение и волонтерский центр КубГУ

Активная работа по организации волонтерского движения началась в университете по одному из актуальных и остро социально-значимому направлений. После утверждения в Краснодарском крае целевой программы по активному противодействию злоупотреблению наркотическими средствами в 1999 году на базе КубГУ был открыт наркологический кабинет, при котором была сформирована первая в университете волонтерская студенческая группа. КубГУ первым из вузов Краснодарского края начал осуществлять деятельность волонтерской направленности по предотвращению деструктивных явлений и пропаганде здорового образа жизни в молодежной среде. За весь период своей деятельности по этому направлению волонтерские группы КубГУ охватили профилактической работой более 15 000 учащихся школ г. Краснодара и его пригородов, подростков в летних оздоровительных лагерях. Опыт КубГУ оказался основополагающим для создания межвузовской волонтерской организации г. Краснодара.

На протяжении последующего десятилетия Кубанский государственный университет продолжал уделять особое внимание сохранению и возрождению нравственных ценностей и традиций, развивая в вузе волонтерское движение, приобретая значительный опыт волонтерской деятельности по различным направлениям: пропаганда здорового образа жизни в молодежной среде; социальная поддержка граждан с ограниченными возможностями здоровья, детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, ветеранов; гражданское и патриотическое воспитание; участие в мероприятиях экологической направленности; волонтерство в сфере профессиональной деятельности (обучение через волонтерство). Эффективная волонтерская деятельность студентов КубГУ, их участие в конкурсах волонтерских проектов были неоднократно отмечены почетными грамотами, дипломами, благодарственными письмами (за последние 2 года – более 40). За последний год волонтеры КубГУ приняли участие и помогли в организации и проведении более 90 мероприятий и акций различной направленности.

С 2007 года волонтерское движение университета приобрело новый импульс и приобрело преимущественно спортивное направление. Причиной тому стала возможность принять в г. Сочи Олимпийские и Паралимпийские игры 2014 года. В период подготовки к Играм Волонтерский центр КубГУ подготовил около 3000 волонтеров, большинство из которых приняли активное участие в организации и проведении самого значимого спортивного зимнего форума 2014 года.

В настоящее время волонтеры КубГУ принимают участие в иных значимых спортивных событиях, происходящих как на территории Краснодарского

края, так и за его пределами. Среди таковых: ежегодные этапы Гран-при автогонок в классе «Формула-1», а также Кубок конфедераций, предстоящий Чемпионат мира по футболу 2018 года и др.

Университет видит миссию волонтерского движения, ВЦ КубГУ в пропаганде волонтерства, мотивации и привлечении студентов к добровольному труду, в продвижении Олимпийских и Паралимпийских ценностей, во имя развития гражданского общества, всеобщего блага и приумножения социального и человеческого капитала России, формировании её привлекательного имиджа в мировом сообществе.

Развитию волонтерского движения способствует эффективная система подготовки и обучения волонтеров, приобретение ими навыков и умений волонтерской деятельности. Повышение эффективности подготовки и обучения волонтеров и системы самоуправления будет достигаться путем информационной поддержки волонтерского движения и модернизации материально-технической базы процесса подготовки волонтеров.

Студенческий спортивный клуб КубГУ

Студенческий спортивный клуб КубГУ был создан в 2009 году. За это время клубом была организована учебная, физкультурно-массовая, спортивно-воспитательная работа со студентами, аспирантами, магистрантами университета. Количество спортивных секций (направлений) увеличено с 12 в 2009 году до 22 в 2017 году.

В течение 2015-2016 учебного года регулярно занимались в спортивных секциях 1483 студента. Пропаганда здорового образа жизни, развитие физической культуры и спорта является в КубГУ одним из стратегических направлений развития.

Кубанский государственный университет за последние годы стал одним из лидеров в области развития студенческого футбола. Сборная КубГУ по футболу – семикратный чемпион России по футболу среди студенческих футбольных команд 2009 г., 2010 г., 2012 г., 2013 г., 2015 г. (два титула: победители розыгрыша Чемпионата России среди студенческих команд по футболу, победители розыгрыша Национальной студенческой футбольной лиги), 2016 г.; дважды бронзовый призер Чемпионата Европы 2011 и 2016 годов, серебряный призер Чемпионата Европы 2016 года, победители футбольного турнира Европейских студенческих игр 2014 года.

Молодежный культурно-досуговый центр КубГУ

Молодежный культурно-досуговый центр КубГУ (МКДЦ) создан в 1994 году. За 23 года своего существования он стал крупнейшим творческим студенческим сообществом в Краснодарском крае. Около 40 бесплатных студий обеспечивают эстетическое, интеллектуальное, творческое развитие студенческой молодежи вуза, ежегодно охватывая около 1000 обучающихся, Ежегодно зрителями и участниками мероприятий МКДЦ становятся свыше 25000 человек.

Молодежный культурно-досуговый центр КубГУ выступает учредителем двух авторских межрегиональных мероприятий: Открытого Фестиваля молодёжных творческих инициатив «ЭТАЖИ» и Открытого Фестиваля творческих лабораторий «ОСТРОВ СВОБОДЫ» объединяющих различные творческие направления в едином концепте, и, позволяющих профессиональным деятелям искусства делиться секретами мастерства с представителями студенческой самодеятельности.

Благодаря усилиям педагогов и организаторов в 2016 году творческие коллективы МКДЦ, одержав победу на региональном уровне, впервые получили право представлять Краснодарский край на крупнейшем творческом форуме, Всероссийском фестивале «Российская студенческая весна» (РСВ), где впервые за 24 года существования проекта подняли рейтинг региона среди 85 региональных делегаций с 61-го на 29 место. Спустя год, в 2017 году, коллективы МКДЦ одержали ещё более впечатляющую победу, заняв 1 место практически во всех номинациях Краевого фестиваля «Студенческая весна», и, завоевав сразу 3 Гран-При в различных направлениях. Это позволило МКДЦ КубГУ единолично представлять Краснодарский край на финальном этапе РСВ и повысить рейтинг региона ещё на 14 пунктов, заняв 15 место в общем рейтинге субъектов Российской Федерации. Эти беспрецедентные успехи позволили центру стать региональным оператором сразу пяти федеральных проектов в области творчества в рамках Программы поддержки и развития студенческого творчества «Российская студенческая весна», учредителем которой выступает Министерство образования и науки Российской Федерации, Министерство культуры Российской Федерации и Общероссийская общественная организация «Российский Союз Молодежи».

Первичная профсоюзная организация студентов (ППОС) Кубанского государственного университета

Студенты, принимающие участие в деятельности студенческих объединений, также являются членами профсоюзной организации. ППОС является самой многочисленной организацией студентов Краснодарского края, которая объединяет более 14 000 человек. Профком КубГУ в рамках заключенного коллективного соглашения с администрацией вуза занимается защитой прав и интересов студентов, распределением мест в студенческих общежитиях, является официальным представителем обучающихся перед администрацией, проводит обучение председателей профбюро и профгруппоргов на выездных Школах, принимает участие в межрегиональных школах студенческого профсоюзного актива, участвует во Всероссийских конкурсах: «Студенческий лидер», «Лучший профорг», «Лучшее студенческое общежитие». ППОС взаимодействует с вышестоящими профсоюзными органами и ведет активную работу в составе Студенческого координационного совета Общероссийского Профсоюза образования. Профсоюзная организация – автор многих общественно-полезных инициатив и новых форм воспитательной работы в студенческой

среде. При содействии ППОС, студенты КубГУ в 2016-2017 гг. приняли участие в многочисленных фестивалях, конкурсах, благотворительных акциях и иных мероприятиях, в которых приняли участие более чем 8000 студентов.

Для обеспечения проживания обучающихся очной формы обучения в КубГУ имеется студенческий городок, в котором находятся 4 общежития. Общая площадь общежитий составляет 27082 м². Всего в студенческих общежитиях КубГУ проживает 2298 обучающихся. Обеспеченность нуждающихся студентов общежитиями составляет 60%. Все общежития находятся в удовлетворительном состоянии, после капитального ремонта.

В общежитиях функционируют прачечные (33,9 м²), душевые (227 м²), комнаты гигиены (293 м²), кухни (932, 4 м²).

Для обеспечения питанием КубГУ обладает комбинатом студенческого питания площадью 3030 м² на 1143 посадочных места. За последние годы КубГУ значительно обновил оборудование комбината, произведен сложный капитальный ремонт. Создано студенческое кафе на 100 мест, есть летняя площадка.

Для организации спортивно-массовой и оздоровительной работы в КубГУ имеются спортивные здания и сооружения на стадионе, бассейн «Аквакуб», стадион, спортивные залы общей площадью 1687,6 м². Кроме обязательной физической подготовки студентов в университете проводится большая работа по повышению привлекательности занятий спортом, как фактора, способствующего сохранению здоровья, и фактора формирующего мотивации к здоровому образу жизни. Этому вполне соответствует достигнутый ныне современный уровень спортивной базы. Тренажерный комплекс, новое футбольное поле с искусственным покрытием, поле для мини-футбола, плавательный бассейн – все это позволит укрепить реализацию курса на здоровый образ жизни.

Для медицинского обслуживания обучающихся и сотрудников КубГУ создан санаторий-профилакторий «Юность» КубГУ общей площадью 996,9 м². Санаторий-профилакторий стал в КубГУ центром оздоровительной работы, пропаганды здорового образа жизни. Значительно укреплена материальная база санатория-профилактория:

В истекшем учебном году через санаторий-профилакторий «Юность» прошли оздоровление более 1000 студентов. Регулярно проводятся различные мероприятия по профилактике туберкулеза, борьбе с курением, наркомании, организации ЗОЖ.

7. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ПРО- ГРАММЫ МАГИСТРАТУРА

В соответствии с ФГОС магистратура по направлению подготовки 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО и Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» оценка качества освоения обучающимися основных образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую аттестацию обучающихся.

К методическому обеспечению текущего контроля успеваемости, промежуточной и государственной итоговой аттестации обучающихся по ООП ВО магистратура относятся:

фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;

программа государственной итоговой аттестации;

фонды оценочных средств для проведения государственной итоговой аттестации.

7.1. Матрица соответствия требуемых компетенций, формирующих их составных частей ООП.

Матрица компетенций представлена в Приложении 6.

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

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ООП ВО осуществляется в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. «Об образовании в Российской Федерации» №273-ФЗ и Приказами Министерства образования и науки Российской Федерации.

Текущая и промежуточная аттестации служат основным средством обеспечения в учебном процессе обратной связи между преподавателем и обучающимся, необходимой для стимулирования работы обучающихся и совершенствования методики преподавания учебных дисциплин.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплин (модулей) и прохождения практик.

Промежуточная аттестация обучающихся – оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплинам (модулям) и прохождения практик (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ)).

Промежуточная аттестация, как правило, осуществляется в конце семестра или на завершающем этапе практики.

Промежуточная аттестация может завершать как изучение всего объема учебного предмета, курса, отдельной дисциплины (модуля) ООП, так и их частей.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации определяются учебным планом и локальным актом «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в КубГУ».

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

К формам промежуточной аттестации относятся: *зачет, экзамен по дисциплине (модулю), защита курсового проекта (работы), отчета (по практикам, научно-исследовательской работе студентов и т.п.) и др.*

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ООП ВО кафедрами ФГБОУ ВО «КубГУ» разработаны фонды оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) и практике.

Структура фонда оценочных средств включает:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценочные средства включают: *контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий; лабораторных и контрольных работ, коллоквиумов, зачетов и экзаменов; тесты и компьютерные тестирующие программы; примерную тематику курсовых работ, эссе и рефератов.* Указанные формы оценочных средств позволяют оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в ФОС приводятся в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик и других учебно-методических материалах.

7.3. Государственная итоговая аттестация выпускников программы магистратура

Государственная итоговая аттестация выпускников высшего учебного заведения в полном объеме относится к базовой части программы и завершается присвоением квалификации, указанной в перечне специальностей и направлений подготовки высшего образования, утвержденном Министерством образования и науки Российской Федерации.

Государственная итоговая аттестация проводится государственными экзаменационными комиссиями в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися ООП требованиям ФГОС ВО.

К проведению государственной итоговой аттестации по основным образовательным программам привлекаются представители работодателя и их объединений.

Государственная итоговая аттестация обучающихся организаций проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы (далее вместе - государственные аттестационные испытания).

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» учебного плана ООП ВО программы магистратуры входит защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты.

В результате подготовки и защиты выпускной квалификационной ра-

боты обучающийся должен продемонстрировать способность и умение самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

Фонды оценочных средств для проведения государственной итоговой аттестации выпускников ООП ВО магистратура включают в себя:

- перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

7.3.1. Требования к выпускной квалификационной работе по направлению подготовки (указать направление) направленность (профиль) (указать направленность (профиль))

Более подробно информация о содержании государственной итоговой аттестации представлена в приложении 5.

Фонды оценочных средств для проведения государственной итоговой аттестации выпускников ОПОП магистратура по направлению (*указать направление*), включают в себя:

- перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы представлены в ФОС ГИА, являющейся компонентом ООП ВО.

Боле подробно информация о содержании государственной итоговой аттестации представлена в приложении 5.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кубанский государственный университет»
Экономический факультет



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

Астапов М.Б.

"29" мая 2020г.

РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

План одобрен Ученым советом вуза

Протокол № 13 от 29.05.2020

по программе магистратуры

38.04.06

Направление подготовки 38.04.06 Торговое дело

Программа магистратуры: Маркетинг в торговле
Кафедра: Маркетинга и торгового дела
Факультет: экономический

Квалификация: <u>Магистр</u>
Программа подготовки: <u>академическая магистратура</u>
Форма обучения: <u>Очная</u>
Срок получения образования: <u>2г</u>

Год начала подготовки (по учебному плану) 2020
Учебный год 2020-2021
Образовательный стандарт (ФГОС) № 323 от 30.03.2015

+	Основной	Виды профессиональной деятельности
+	+	торгово-технологическая
+	-	организационно-управленческая
+	-	научно-исследовательская
+	-	проектная

СОГЛАСОВАНО

Проректор по учебной работе, качеству образования - первый проректор


/ Хаизуров Т.А./

Начальник УМУ


/ Карапетян Ж.О./

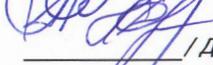
Декан


/ Шевченко И.В./

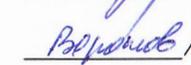
Зав. кафедрой


/ Костецкий А.Н./

Председатель УМК


/ Дробышевская Л.Н./

Руководитель магистерской программой


/ Воронов А.А./

-	-	-	Форма контроля				з.е.		-	Итого акад.часов					
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспертное	Факт	Часов в з.е.	Экспертное	По плану	Контакт часы	СР	Конт роль	Интер часы
Блок 1.Дисциплины (модули)															
Базовая часть															
+	Б1.Б.01	Деловой иностранный язык		9			2	2	36	72	72	42.2	29.8		<u>30</u>
+	Б1.Б.02	Психология		9			2	2	36	72	72	28.2	43.8		<u>10</u>
+	Б1.Б.03	Компьютерные технологии	A				3	3	36	108	108	48.3	33	26.7	<u>24</u>
+	Б1.Б.04	Стратегический маркетинг	9				3	3	36	108	108	60.3	21	26.7	<u>30</u>
+	Б1.Б.05	Рекламный менеджмент	A				3	3	36	108	108	48.3	33	26.7	<u>24</u>
+	Б1.Б.06	Гражданское право в хозяйственной деятельности		9			3	3	36	108	108	42.2	65.8		<u>20</u>
+	Б1.Б.07	Логистическая система торгового предприятия		A			2	2	36	72	72	36.2	35.8		<u>20</u>
+	Б1.Б.08	Бизнес-проектирование коммерческой деятельности	9				3	3	36	108	108	42.3	39	26.7	<u>20</u>
							21	21		756	756	348	301.2	106.8	178
Вариативная часть															
+	Б1.В.01	Управленческая экономика в маркетинговых решениях	9				3	3	36	108	108	42.3	39	26.7	<u>28</u>
+	Б1.В.02	Маркетинговое управление рыночными инновациями и изменениями		A		A	2	2	36	72	72	50.2	21.8		<u>24</u>
+	Б1.В.03	Розничные торговые предприятия и сети	A				3	3	36	108	108	48.3	33	26.7	<u>30</u>
+	Б1.В.04	Мотивация и стимулирование торгового персонала		A			2	2	36	72	72	24.2	47.8		<u>10</u>
+	Б1.В.05	Ценовая политика торгового предприятия	B				3	3	36	108	108	48.3	33	26.7	<u>30</u>
+	Б1.В.06	Финансовое обоснования маркетинговых решений	B				3	3	36	108	108	48.3	33	26.7	<u>30</u>
+	Б1.В.07	Товароведение и экспертиза на торговых предприятиях		B			2	2	36	72	72	36.2	35.8		<u>20</u>
+	Б1.В.08	Управление рисками на торговых предприятиях		B			2	2	36	72	72	36.2	35.8		<u>20</u>
+	Б1.В.09	Организация экспертизы		A			2	2	36	72	72	36.2	35.8		<u>16</u>
+	Б1.В.10	Инновационные маркетинговые коммуникации	9				3	3	36	108	108	42.3	39	26.7	<u>20</u>
+	Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1	A				3	3		108	108	48.3	33	26.7	28
+	Б1.В.ДВ.01.01	Управление интеллектуальными активами организации	A				3	3	36	108	108	48.3	33	26.7	<u>28</u>
-	Б1.В.ДВ.01.02	Средства индивидуализации торговых предприятий	A				3	3	36	108	108	48.3	33	26.7	<u>28</u>
+	Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2		9			3	3		108	108	56.2	51.8		28
+	Б1.В.ДВ.02.01	Информационное обеспечение маркетинговых решений		9			3	3	36	108	108	56.2	51.8		<u>28</u>
-	Б1.В.ДВ.02.02	Количественные методы исследований и анализа в маркетинге		9			3	3	36	108	108	56.2	51.8		<u>28</u>
+	Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3		B			2	2		72	72	36.2	35.8		20
+	Б1.В.ДВ.03.01	Ассортиментная политика и управление товарными категориями		B			2	2	36	72	72	36.2	35.8		<u>20</u>
-	Б1.В.ДВ.03.02	Бренд-технологии в маркетинговой деятельности		B			2	2	36	72	72	36.2	35.8		<u>20</u>
+	Б1.В.ДВ.04	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4		B			2	2		72	72	36.2	35.8		20
+	Б1.В.ДВ.04.01	Управление каналами распределения и сбыта в оптовой торговле		B			2	2	36	72	72	36.2	35.8		<u>20</u>
-	Б1.В.ДВ.04.02	Торговля товарами производственно-технического назначения		B			2	2	36	72	72	36.2	35.8		<u>20</u>

Курс 5																Курс 6																							
Сем. 9							Сем. А							Сем. В							Сем. С																		
з.е.	Лек	Лаб	Пр	КПР	ИКР	СР	Конт роль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	КПР	ИКР	СР	Конт роль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	КПР	ИКР	СР	Конт роль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	КПР	ИКР	СР	Конт роль								
2		14	28		0.2	29.8																																	
2	14		14		0.2	43.8																																	
								3	12	36			0.3	33	26.7																								
3	14		42		4.3	21	26.7																																
								3	12		36		0.3	33	26.7																								
3	6		36		0.2	65.8																																	
								2	6		30		0.2	35.8																									
3	14		28		0.3	39	26.7																																
13	48	14	148		5.2	199.4	53.4	8	30	36	66		0.8	101.8	53.4																								
3	14		28		0.3	39	26.7																																
								2	6		30	14	0.2	21.8																									
								3	6		42		0.3	33	26.7																								
								2	6		18		0.2	47.8																									
																3	6		42		0.3	33	26.7																
																3	6		42		0.3	33	26.7																
																2	6		30		0.2	35.8																	
																2	6		30		0.2	35.8																	
								2	12		24		0.2	35.8																									
3	14		28		0.3	39	26.7																																
								3	6		42		0.3	33	26.7																								
								3	6		42		0.3	33	26.7																								
								3	6		42		0.3	33	26.7																								
3	6		50		0.2	51.8																																	
3	6		50		0.2	51.8																																	
3	6		50		0.2	51.8																																	
																2	6		30		0.2	35.8																	
																2	6		30		0.2	35.8																	
																2	6		30		0.2	35.8																	
																2	6		30		0.2	35.8																	
																2	6		30		0.2	35.8																	
																2	6		30		0.2	35.8																	

Закрепленная кафедра		-
Код	Наименование	Компетенции
4	Английской филологии	ОК-4; ОК-9; ОПК-1
73	Социальной психологии и социологии управления	ОК-2; ОК-9; ОПК-2
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-6; ПК-2; ПК-8
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-3; ОПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-7
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-1; ОК-3; ОПК-3; ПК-2; ПК-7; ПК-10
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-7; ОПК-4; ПК-3
45	Маркетинга и торгового дела	ОПК-3; ОПК-4; ПК-5; ПК-7
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-5; ОК-8; ОПК-3; ПК-1; ПК-4; ПК-9; ПК-10
77	Теоретической экономики	ОК-1; ОПК-3; ПК-3; ПК-6
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-2; ОК-5; ОК-7; ОПК-3; ПК-5; ПК-7
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-9; ОПК-3; ПК-4; ПК-5
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-2; ОПК-2; ПК-3; ПК-4
45	Маркетинга и торгового дела	ОПК-4; ПК-4; ПК-7
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-8; ОПК-3; ОПК-4; ПК-2; ПК-4
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-2; ОК-8; ОПК-4; ПК-4; ПК-10
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-8; ПК-3; ПК-6
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-5; ОК-8; ПК-4; ПК-6
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-5; ОПК-3; ПК-2; ПК-7
		ОК-6; ОПК-3; ПК-5; ПК-7
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-6; ОПК-3; ПК-5; ПК-7
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-6; ОПК-3; ПК-5; ПК-7
		ОК-6; ПК-4; ПК-5; ПК-8; ПК-9
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-6; ПК-4; ПК-5; ПК-8; ПК-9
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-6; ПК-4; ПК-5; ПК-8; ПК-9
		ОПК-3; ПК-1; ПК-2; ПК-10
45	Маркетинга и торгового дела	ОПК-3; ПК-1; ПК-2; ПК-10
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-6; ПК-2; ПК-7; ПК-10
		ОПК-3; ПК-1; ПК-3; ПК-7; ПК-10
45	Маркетинга и торгового дела	ОПК-3; ПК-1; ПК-3; ПК-7; ПК-10
45	Маркетинга и торгового дела	ОПК-3; ПК-1; ПК-7; ПК-10

		Форма контроля				з.е.		Итого акад.часов							
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспертное	Факт	Часов в з.е.	Экспертное	По плану	Контакт часы	СР	Конт роль	Интер часы
+	Б1.В.ДВ.05	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5		В			2	2		72	72	36.2	35.8		20
+	Б1.В.ДВ.05.01	Современные технологии интернет-торговли		В			2	2	36	72	72	36.2	35.8		20
-	Б1.В.ДВ.05.02	Продвижение в интернет		В			2	2	36	72	72	36.2	35.8		20
+	Б1.В.ДВ.06	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6		В			2	2		72	72	36.2	35.8		20
+	Б1.В.ДВ.06.01	Деловые переговоры и личные продажи		В			2	2	36	72	72	36.2	35.8		20
-	Б1.В.ДВ.06.02	Практикум по организации и планированию промо-мероприятий		В			2	2	36	72	72	36.2	35.8		20
							39	39		1404	1404	661.8	582	160.2	364
							60	60		2160	2160	1009.8	883.2	267	542
Блок 2.Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)															
Вариативная часть															
+	Б2.В.01	Учебная практика		А			3	3		108	108	1	107		
+	Б2.В.01.01(У)	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков		А			3	3	36	108	108	1	107		
+	Б2.В.02	Производственная практика		9ААВ СССС			48	48		1728	1728	16	1712		
+	Б2.В.02.01(П)	Научно-исследовательская практика		А			9	9	36	324	324	3	321		
+	Б2.В.02.02(П)	Технологическая практика		С			6	6	36	216	216	2	214		
+	Б2.В.02.03(П)	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности		С			6	6	36	216	216	2	214		
+	Б2.В.02.04(Н)	Научно-исследовательская работа		9АВС			18	18	36	648	648	6	642		
+	Б2.В.02.05(Пд)	Преддипломная практика		С			9	9	36	324	324	3	321		
							51	51		1836	1836	17	1819		
							51	51		1836	1836	17	1819		
Блок 3.Государственная итоговая аттестация															
Базовая часть															
+	Б3.Б.01(Д)	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты					9	9	36	324	324	25.5	298.5		
							9	9		324	324	25.5	298.5		
							9	9		324	324	25.5	298.5		
ФТД.Факультативы															
Вариативная часть															
+	ФТД.В.01	Маркетинг в социальных сетях		А			2	2	36	72	72	18.2	53.8		
+	ФТД.В.02	Маркетинг изменений		В			2	2	36	72	72	18.2	53.8		
							4	4		144	144	36.4	107.6		
							4	4		144	144	36.4	107.6		

Закрепленная кафедра		-
Код	Наименование	Компетенции
		ОК-5; ОК-6; ОПК-3; ПК-4; ПК-9
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-5; ОК-6; ОПК-3; ПК-4; ПК-9
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-5; ОК-6; ОПК-3; ПК-4; ПК-9
		ОК-2; ОК-8; ОПК-1; ОПК-4; ПК-1
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-2; ОК-8; ОПК-1; ОПК-4; ПК-1
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-2; ОК-9; ОПК-3; ПК-7; ПК-10
		ОК-3; ОК-6; ОК-7; ОПК-1; ПК-3
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-3; ОК-6; ОК-7; ОПК-1; ПК-3
		ОК-1; ОК-2; ОК-5; ОК-6; ОК-8; ОПК-2; ОПК-4; ПК-1; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-10
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-1; ОК-5; ОК-6; ОПК-3; ПК-6; ПК-7; ПК-8
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-2; ОК-4; ОК-7; ОПК-2; ПК-1; ПК-2
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-2; ОК-8; ОК-9; ОПК-2; ОПК-4; ПК-3; ПК-4; ПК-5
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-1; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-8; ОПК-3; ПК-6; ПК-7; ПК-8
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-9; ОПК-3; ОПК-4; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10
45	Маркетинга и торгового дела	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10
45	Маркетинга и торгового дела	ПК-7
45	Маркетинга и торгового дела	ПК-10

№	Индекс	Наименование	Семестры
ИТОГО (с факультативами)			
ИТОГО по ОП (без факультативов)			
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (зач.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)		
	ОП, факультативы (в период за. сем.)		
	Аудиторная нагрузка		
		Контактная работа	
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)			
1	Б1.Б.01	Деловой иностранный язык	9
2	Б1.Б.02	Психология	9
3	Б1.Б.03	Компьютерные технологии	А
4	Б1.Б.04	Стратегический маркетинг	9
5	Б1.Б.05	Рекламный менеджмент	А
6	Б1.Б.06	Гражданское право в хозяйственной деятельности	9
7	Б1.Б.07	Логистическая система торгового предприятия	А
8	Б1.Б.08	Бизнес-проектирование коммерческой деятельности	9
9	Б1.В.01	Управленческая экономика в маркетинговых решениях	9
10	Б1.В.02	Маркетинговое управление рыночными инновациями и изменениями	А
11	Б1.В.03	Розничные торговые предприятия и сети	А
12	Б1.В.04	Мотивация и стимулирование торгового персонала	А
13	Б1.В.09	Организация экспертизы	А
14	Б1.В.10	Инновационные маркетинговые коммуникации	9
15	Б1.В.ДВ.01.01	Управление интеллектуальными активами организации	А
16	Б1.В.ДВ.01.02	Средства индивидуализации торговых предприятий	А
17	Б1.В.ДВ.02.01	Информационное обеспечение маркетинговых решений	9
18	Б1.В.ДВ.02.02	Количественные методы исследований и анализа в маркетинге	9
19	ИИД.В.01	Маркетинг в социальных сетях	А
ФОРМЫ КОНТРОЛЯ			
ПРАКТИКИ			(План)
	Б2.В.01.01(У)	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	
	Б2.В.02.01(П)	Научно-исследовательская практика	
	Б2.В.02.04(Н)	Научно-исследовательская работа	
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ			(План)
КАНИКУЛЫ			

	Итого						Курс 5			Курс 6		
	Баз. %	Вар. %	ДВ(от Вар.)%	з.е.			Всего	Сем 9	Сем А	Всего	Сем В	Сем С
				Мин.	Макс.	Факт						
Итого (с факультативами)				113	139	124	62	25	37	62	26	36
Итого по ОП (без факультативов)				111	129	120	60	25	35	60	24	36
Дисциплины (модули)	35%	65%	35.8%	57	63	60	42	22	20	18	18	
Базовая часть				18	24	21	21	13	8			
Вариативная часть				39	39	39	21	9	12	18	18	
Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)	0%	100%	0%	48	57	51	18	3	15	33	6	27
Вариативная часть				48	57	51	18	3	15	33	6	27
Государственная итоговая аттестация				6	9	9				9		9
Базовая часть				6	9	9				9		9
Факультативы				2	10	4	2		2	2	2	
Вариативная часть				2	10	4	2		2	2	2	
Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)					53.2	-	49	54.1	-	57.2	
	ОП, факультативы (в период экз. сессий)					53.4	-	53.4	53.4	-	53.4	
	в период гос. экзаменов						-			-		
Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП					26.4	-	25.5	26.9	-	26.9	
Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1					1009.8	-	356	340	-	313.8	
	Блок Б2					17	-	1	5	-	2	9
	Блок Б3					25.5	-			-		25.5
	Блок ФТД					36.4	-		18.2	-	18.2	
	Итого по всем блокам					1088.7	-	357	363.2	-	334	34.5
Аудиторная нагрузка (акад.час/нед)	ОП					25.8	-	25	25.6	-	26.8	
Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕНЫ (Эк)						8	4	4	2	2	
	ЗАЧЕТЫ (За)						8	4	4	6	6	
	КУРСОВЫЕ РАБОТЫ (КР)						1		1			
Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных						19.88%					
	в интерактивной форме						54.9%					

*В отдельном файле
В открытом доступе*

<https://infoneeds.kubsu.ru/infoneeds/guests/selectspeciality.jsp?fid=17>.

Пример аннотации

Аннотация по дисциплине

Б1.Б.04. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

для основной образовательной программы подготовки направления 38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистратуры), ОФО, направленность (профиль) «Маркетинг в торговле»
Курс 5. Семестр 9. Количество з.е. – 3 (108 ч.)
Форма промежуточного контроля – экзамен.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Настоящая Рабочая программа по курсу «Стратегический маркетинг» предназначена для студентов экономического факультета КубГУ, обучающихся по программам магистерской подготовки направления **38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистратуры)**. **Целью** данного курса является формирование у студентов глубокого понимания стратегических принципов и подходов к поиску и реализации уникальных конкурентных преимуществ фирмы, а также необходимого объема знаний, умений и навыков в области использования маркетинговых принципов и инструментов в принятии стратегических маркетинговых решений и стратегической рыночной политики современной фирмы.

Задачами учебной дисциплины «Стратегический маркетинг» являются:

формирование понимания логики развития современной рыночной среды в направлении повышения ее динамики, сложности и неопределенности;

усвоение системного представления о роли маркетинга как управленческого процесса в решении проблем адаптации возможностей фирмы к быстроменяющимся требованиям и условиям внешнего рыночного окружения;

понимание значения и сущности стратегического подхода в маркетинге; знание основных стратегических принципов управленческих решений; умение использовать основные элементы маркетинговой стратегии и подходы к определению границ целевого рынка;

изучение логики разработки и структуры элементов стратегического маркетингового плана организации на корпоративном, дивизиональном и продуктовом уровне;

знание содержания и этапов процесса разработки стратегической продуктовой политики в маркетинге и сущность планирования жизненных циклов новых продуктов;

знание содержания и этапов процесса разработки стратегической ценовой политики в маркетинге и различных стратегий ценообразования;

знание содержания и этапов процесса разработки стратегической политики распределения и сбыта в маркетинге;

понимание значения информационного образа товаров, марок и фирмы в целом в решении стратегических задач рыночного развития; знание содержания и этапов процесса разработки стратегической политики продвижения образа фирмы в целевых аудиториях;

умение формировать интегрированную маркетинговую стратегию, включая функциональные стратегии, социально-ответственный подход, внутренний маркетинг и стратегическое партнерство.

Тематика и содержание программы разработаны в полном соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистратуры), утвержденного Приказом Министерством образования и науки РФ от 30.03.2015 N 323 , ориентированы на контингент, имеющий базовые знания по микроэкономической теории, маркетингу, менеджменту и другим специальным маркетинговым дисциплинам и рассчитаны на студентов второго уровня высшего профессионального образования.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Учебная дисциплина «Стратегический маркетинг» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана относится к базовой части профессиональных дисциплин ФГОС ВО по направлению **38.04.06 «Торговое дело»** (квалификация (степень) магистр). Содержание данной дисциплины опирается на знания основных экономических и управленческих дисциплин, изучаемых на первых ступенях высшего профессионального образования экономических направлений бакалавриата, таких, как «Микроэкономика», «Экономика предприятия», «Менеджмент» и др. По содержанию дисциплина является продвинутым уровнем изучения таких курсов программ бакалавриата, как «Маркетинг» и «Управление маркетингом». На магистерских программах изучению этого курса открывает изучение профессиональных дисциплин второго

уровня обучения и в дальнейшем предполагает конкретизацию предметных областей изучения в таких дисциплинах, как «Ценовая политика предприятия», «Ассортиментная политика и управление товарными категориями», «Управление каналами распределения и сбыта в оптовой торговле», «Рекламный менеджмент» и др.

3. Требования к планируемым результатам освоения содержания дисциплины, соотнесенным с результатами освоения ООП

Код компетенции	Содержание компетенции
ОК-3	Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала
Знать	Основные стратегические принципы и подходы в планировании личностного развития и достижения жизненно важных целей
Уметь	Формировать стратегические планы достижения целей и определять ресурсы для их достижения
Владеть	Методами анализа своих сильных и слабых и определения стратегических возможностей карьерного и творческого роста
ОПК-3	Способность самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
Знать	Сущность инноваций и инновационных подходов в создании уникальных маркетинговых предложений на целевых рынках
Уметь	Генерировать инновационные идеи и видеть перспективы их реализации
Владеть	Базовыми методами оценки экономической эффективности инновационных проектов
ПК-4	Готовность к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способностью к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
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
Уметь	Применять стандартные процедуры разработки, обоснования и реализации решений в стратегическом маркетинге; выявлять основные факторы эффективности внутрикорпоративной среды и проводить систематический аудит внутренних возможностей

Владеть	Основными методами анализа внутренних резервов и возможностей фирмы с целью мобилизации ее потенциала стратегического развития и повышения конкурентоспособности, базовыми навыками анализа ожидаемых результатов и эффективности принимаемых решений
ПК-5	способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
Знать	Основы научного подхода к формированию маркетинговой стратегии и методы поиска, обобщения и использованию научной информации к обоснованию маркетинговых решений
Уметь	Анализировать и обобщать частные факты для выявления закономерностей стратегического поведения экономических субъектов
Владеть	Способностью системно излагать результаты научных исследований, проведенных в рамках курсовой работы, в том числе перед студенческой аудиторией в рамках педагогической практики
ПК-7	способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы
Знать	Основные методы и подходы стратегического анализа внешних возможностей развития фирмы, включая современные методы моделирования тенденций рынка
Уметь	Проводить комплексный ситуационный анализ положения фирмы, а также специальные виды стратегического анализа (портфельный, конкурентный, PEST и др.)
Владеть	опытом реализации методов стратегического анализа на практике для реального предприятия; опытом разработки и принятия стратегических решений и программ в группах разработчиков

4. Содержание и структура дисциплины

№	Наименование темы	Объем учебных часов, ОФО			
		Всего	Аудиторных		Внеаудиторн.
			Лекц.	Семинарских и практич.	
1.	Стратегические решения современной фирмы	9	1	4	2
2.	Изменение роли маркетинга в компании и формирование стратегии рыночной ориентации	9	1	4	2
3.	Анализ внутренних и внешних возможностей фирмы при разработке маркетинговой стратегии	10	2	4	2
4.	Разработка целевого рынка в маркетинговой стратегии фирмы	10	2	4	2
5.	Стратегия дифференциации и позиционирования продукта	9	1	4	2
6.	Стратегии взаимоотношений в рыночном поведении фирмы	9	1	4	2
7.	Стратегия продукта и управление его жизненным циклом	10	2	4	2

8.	Стратегия и программы ценообразования	9	1	4	2
9.	Стратегические аспекты управления системой товародвижения и сбыта	8	1	4	2
10.	Стратегия продвижения образа компании и управление маркетинговыми коммуникациями	9	1	4	2
11.	Особенности маркетинговой стратегии в международной сфере	5	1	2	1
	Итого	97	14	42	21
	Консультации и сдача курсовой работы, подготовка и сдача промежуточных форм контроля	31			

5. Основная литература

1. Грант, Роберт. Современный стратегический анализ: учебник // [пер. с англ. под ред. В. Н. Фунтова]. - 7-е изд. - СПб. [и др.] : ПИТЕР, 2012. - 554 с. - (Классика МВА.).

2. Котлер, Филип. Маркетинг менеджмент : [учебник] / Котлер, Филип, К. Л. Келлер ; [пер. с англ. С. Жильцов, М. Жильцов, Д. Раевская ; науч. ред. А. М. Немчин, В. А. Дуболазов] ; Рос. ассоциация маркетинга. - 14-е изд. - СПб. [и др.] : ПИТЕР, 2015. - 814 с.

3. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Пашкус [и др.]. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 225 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00742-8. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/74048CED-A0D0-47B5-A150-A02C2AE8E9BD.

4. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. П. Реброва. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 186 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9092-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/877B0C3B-7771-495B-BBFF-EB58FDFFE4E8.

Курсовые работы: не предусмотрены.

Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Автор: Костецкий А.Н., канд. экон. наук. доцент.

Аннотация по дисциплине

Б1.В.ДВ.01.01 Управление интеллектуальными активами организации направления 38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистратуры), ОФО,

направленность (профиль) «Маркетинг в торговле»
Курс 5. Семестр А. Количество з.е. – 3 (108 ч.)
Форма промежуточного контроля – экзамен.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Настоящая Рабочая программа по курсу «Управление интеллектуальными активами организации» предназначена для студентов экономического факультета КубГУ, обучающихся по основной образовательной программе «Маркетинг в торговле» направления 38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистратуры). **Целью** данного курса является формирование у студентов понимания роли и значения информационно-интеллектуальных факторов деятельности современной фирмы, а также необходимого объема знаний, умений и навыков в области управления процессами создания, аккумулирования и эффективного использования интеллектуального капитала как основного источника уникальных конкурентных преимуществ

Учебная дисциплина «Управление интеллектуальными активами организации» помогает решить следующие задачи:

- уяснить механизмы формирования рыночной ценности фирмы посредством создания реальных активов, умножающих стоимость вложенных в них ресурсов;

- понять причины усиления роли информационно-интеллектуальных факторов в современной экономической жизни;

- понять природу интеллектуальных активов фирмы, изучить их особые свойства и ознакомиться с основными видами интеллектуальных активов, а также уметь классифицировать их по различным признакам;

- осознать необходимость формализации процесса управления информационно-интеллектуальными факторами в современных условиях; определить место управления ИА как самостоятельной подсистемы в общей системе управления фирмой;

- выделить основные функции управления интеллектуальными активами; дать содержательную характеристику функциональным подсистемам управления ИА.

- осознать причины актуализации оценки интеллектуальных активов фирмы в современной экономической жизни и уяснить цели оценки нематериальных активов;

- получить представление о существующих подходах к оценке ИА и уяснить различия между монетарными и немонетарными методами оценки ИА;

- изучить возможности стоимостной оценки ИА и их влияния на рыночную ценность фирмы;

- изучить немонетарные методы и научиться применять необходимые критерии оценки ИА;

- ознакомиться с системой нормативного регулирования объектов и принципов учета нематериальных активов и изучить основные процедуры

бухгалтерского учета нематериальных активов;

- получить представление о соответствии российских и международных стандартов учета нематериальных активов;

- знать виды налогов для объектов налогообложения, возникающих в процессе использования нематериальных активов, и уяснить общие принципы и проблемы налогового учета нематериальных активов;

- научиться извлекать в аналитических целях информацию о расходах, связанных с созданием и использованием интеллектуальных активов предприятия, из документов бухгалтерской отчетности;

- уяснить различия между экономическими и юридическими механизмами использования объектов интеллектуальной деятельности;

- получить представление о формировании и развитии правовой системы интеллектуальной собственности, ее основных объектах и сферах, современных тенденциях развития;

- установить принципы регулирования и защиты интеллектуальной собственности в международной сфере, а также познакомиться с задачами и функциями Всемирной организации интеллектуальной собственности.

- понять природу авторского права, направленного на защиту интересов создателя творческого произведения в духовной сфере человеческой деятельности;

- знать условия возникновения авторских прав на такие объекты как произведения науки, литературы и искусства;

- изучить состав и содержание личных неимущественных и имущественных прав авторов произведений и иных лиц, а также действий по их реализации;

- понять сущность и структуру промышленной собственности как совокупности прав на результаты интеллектуальной деятельности, используемые преимущественно в производственно-коммерческой деятельности;

- изучить объекты патентного права и основные признаки идентификации изобретений, полезных моделей и промышленных образцов;

- усвоить логику и процедуры подачи заявок, экспертизы, признания и выдачи патентов на изобретения, полезные модели и промышленные образцы;

- изучить основные правовые требования к созданию фирменного наименования и условия его использования в хозяйственной практике;

- понять, что представляет собой товарный знак, знак обслуживания, наименование мест происхождения товаров и каковы основные условия государственной регистрации тех или иных обозначений в качестве товарных знаков или наименований мест происхождения;

- узнать основные процедуры регистрации товарных знаков и наименований мест происхождения товаров, а также изучить правовые условия их использования владельцами и другими лицами;

- узнать, какие виды внутренней информации предприятия защищаются правовым институтом коммерческой тайны и что не может составлять коммерческую тайну в соответствии с требованиями закона;

- установить, что понимается под топологией интегральных микросхем

как объектом интеллектуальной собственности;

– понять, что относится к селекционным достижениям как результатам интеллектуальных усилий и каковы критерии их охраноспособности;

– ознакомиться с основными элементами правового режима регистрации, использования и защиты нетрадиционных объектов интеллектуальной собственности.

Тематика и содержание программы разработаны в полном соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистратуры). Ориентированы на контингент, имеющий базовые знания по микроэкономической теории, маркетингу, менеджменту и другим специальным маркетинговым дисциплинам и рассчитаны на студентов второго уровня высшего профессионального образования.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Учебная дисциплина «Управление интеллектуальными активами организации» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана по направлению 38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистратуры), направленность (профиль) «Маркетинг в торговле». Содержание данной дисциплины опирается на знания основных экономических и управленческих дисциплин, изучаемых на первых ступенях высшего профессионального образования соответствующих профилей, таких, как «Микроэкономика», «Экономика предприятия», «Менеджмент» и др. По содержанию дисциплина является продвинутым уровнем изучения таких курсов программ бакалавриата, как «Управление интеллектуальной собственностью» и «Управление маркетингом». В то же время по содержанию дисциплина является в значительной степени авторской и содержит оригинальные результаты собственных исследований. «Управление интеллектуальными активами организации» расширяет изучение профессионального цикла дисциплин программы магистерской подготовки по направлению «Торговое дело» в направлении получения знаний о новых областях развития современной фирмы связанных с повышением эффективности использования информационно-интеллектуальных факторов и созданием интеллектуальноемких продуктов, обеспечивающих высокий уровень уникальности в конкурентной борьбе.

3. Требования к планируемым результатам освоения содержания дисциплины, соотнесенным с результатами освоения ООП

Код компетенции	Содержание компетенции
ОК-6	способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях,

	непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение
Знать	Понимать значение интеллектуальных активов в деятельности отдельных индивидов и организаций в современных условиях
Уметь	Отбирать, накапливать, перерабатывать необходимую информацию и преобразовывать ее в личный и организационный интеллектуальный капитал
Владеть	Навыками анализа и оценки собственных интеллектуальных активов, а также способами их актуализации
ОПК-3	способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
Знать	Понимать место и значение информационно-интеллектуальных факторов в процессе принятия решений
Уметь	Применять стандартные процедуры разработки, обоснования и реализации решений как информационных моделей будущих изменений
Владеть	Базовыми навыками анализа ожидаемых результатов и эффективности принимаемых решений
ПК-5	Способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
Знать	Основные виды интеллектуальных активов организации в связи с местом их формирования и накопления в организационно-функциональной структуре; понимать место управления ИА как самостоятельной подсистемы в общей системе управления фирмой;
Уметь	Выделить основные функции управления интеллектуальными активами в системе функционирования организации
Владеть	Опытом разработки программ развития для различных категорий интеллектуальных активов
ПК-7	способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы
Знать	Понимать возможности количественной оценки ИА и их влияния на рыночную ценность фирмы, знать основные подходы к оценке ИА и уяснить различия между монетарными и немонетарными методами оценки ИА
Уметь	Формировать состав показателей, отражающих динамику изменения отдельных интеллектуальных активов и интеллектуального капитала фирмы в целом
Владеть	Стоимостными и качественными методами измерения интеллектуальных активов

4. Структура и содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1	Интеллектуальные активы современной фирмы. Нематериальные факторы в развитии современной экономики	9	1	4		4
2	Сущность и свойства нематериальных активов функционирования фирмы	11	1	6		4
3	Управление интеллектуальными активами в общей системе функционирования фирмы	8	1	4		3
4	Оценка неосязаемых активов: необходимость и возможность в современной экономике	11	1	6		4
5	Практические аспекты использования интеллектуальных активов: бухгалтерский учет и налогообложение	8		4		4
6	Основы правового регулирования отношений интеллектуальной собственности. Авторское право	9	1	4		4
7	Объекты промышленной собственности. Патентное право	8	1	4		3
8	Средства индивидуализации участников гражданского оборота	10		6		4
9	Объекты промышленной собственности: информация, содержащая коммерческую тайну, топология интегральных микросхем, селекционные достижения	7		4		3
	Итого	81	6	42		33

5. Основная литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая, третья и четвертая : [официальный текст : по состоянию на 1 июня 2017 г.]. Режим свободного доступа: <http://base.garant.ru/10164072/>.

2. Костецкий А.Н., Старкова Н.О. Управление интеллектуальными активами: Учебн. пособ. – Краснодар, КубГУ, 2011. Материалы электрон. учебного пособия.

3. Леонтьев, Борис Борисович. Интеллектуальные активы малого и среднего бизнеса: классификация, система охраны и коммерциализация / Леонтьев, Борис Борисович, Х. А. Мамаджанов; Торгово-промышл. палата Рос. Федерации, Комитет по интеллектуальной собственности ; Федеральный ин-т сертификации и оценки интеллектуальной собственности и бизнеса. - Москва : Офсет Принт, 2011. - 135 с. : ил. - (Интеллектуальная

собственность в бизнесе ; Вып. № 2).

4. Москвин, С. Н. Управление человеческими ресурсами в образовательной организации : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / С. Н. Москвин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 142 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04700-4. — Режим доступа : www.biblionline.ru/book/E2880307-4007-49E7-8D5D-91F838161B8A.

Курсовые работы: не предусмотрены.

Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Автор: Костецкий А.Н., канд. экон. наук. доцент.

Рабочие программы практик (пример)

Министерство образования и науки Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
 «Кубанский государственный университет»
 Факультет экономический

УТВЕРЖДАЮ
 Проректор по учебной работе, качеству образования – первый проректор
 Иванов А.Г.

« 05 » 07 2017г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Направление подготовки	38.04.06 «Торговое дело»
Направленность (профиль)	Маркетинг в торговле
Программа подготовки	Академическая магистратура
Форма обучения	Очная
Квалификация (степень) выпускника	Магистр

Краснодар 2017

Рабочая программа практики составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры). Утвержден Приказом Министерства образования и науки РФ N 323 от 30 МАРТА 2015 г.

Программу составили:

Костецкий А.Н., доцент, канд.экон.наук

Шевченко Е.В., доцент кафедры маркетинга
и торгового дела, канд. экон. наук

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела протокол № 10 «17» июня 2017г.
Заведующий кафедрой

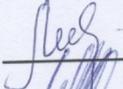
Костецкий А.Н.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела протокол № 10 «17» июня 2017г.
Заведующий кафедрой

Костецкий А.Н.

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 8 от 20.06. 2017 г.
Председатель УМК факультета,
д-р экон.наук, проф. Л.Н. Дробышевская

Рецензенты:

 Лисичкина Н.М., финансовый директор ООО «Траст Агро Трейд»;

 Сидоров В.А., д-р. эк. наук, профессор, заведующий кафедрой теоретической экономики ФГБОУ ВО «КубГУ».

1. Цель практики

Преддипломная практика является завершающей частью производственной практики в образовательной программе высшего образования уровня магистратуры и представляет собой одну из форм организации учебного процесса, заключающуюся в профессионально-практической подготовке обучающихся на предприятии, выбранном в качестве основного объекта исследования выпускной квалификационной работы в соответствии с профилем подготовки.

Целью преддипломной практики является формирование у обучающегося профессиональных умений и навыков выполнения комплекса мероприятий и процедур, направленных на поиск, постановку, исследование и решение актуальной практической проблемы маркетинговой или иной сопряженной деятельности предприятия, группы предприятий, отрасли реальной сферы экономики на основе научных подходов и принципов, освоенных в процессе изучения теоретических дисциплин.

2. Задачи практики

Для достижения цели преддипломной практики обучающийся должен решить следующие задачи:

закрепление профессионального опыта выявления, постановки, анализа и решения актуальных проблем маркетинговой деятельности торговых и иных предприятий реальной сферы в процессе выполнения профессиональных функций непосредственно на рабочем месте;

конкретизация целей и задач выпускной квалификационной работы применительно к актуальной проблеме практической маркетинговой деятельности торгового предприятия;

практическая адаптация и конкретизация научно-исследовательского проекта в соответствии с темой и предварительно сформированной в ходе научно-исследовательской работы и практики теоретической концепцией выпускной квалификационной работы;

адаптация выбранной методики изучения проблемы к конкретным условиям функционирования предприятия-объекта исследования

сбор, обработка, систематизация и анализ фактографических данных о внутренней и внешней среде функционирования предприятия, необходимых для выявления проблемообразующих факторов и определения возможных направлений решения поставленной проблемы;

предварительная разработка аналитических выводов по результатам исследования, формирование и обоснование направлений, мероприятий и инструментов для решения поставленной проблемы ВКР;

промежуточная практическая апробация предлагаемого комплекса мероприятий посредством представления руководителям и специалистам предприятия, прогнозная оценка эффектов от его реализации.

Цели и задачи преддипломной практики полностью соотнесены с задачами по основному и дополнительным видам профессиональной деятельности образовательной программы: научно-исследовательской, организационно-управленческой, торгово-технологической, проектной деятельности.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик учитывает состояние здоровья обучающегося, а также требования по доступности и безопасности процесса работы на предприятии. При заключении договоров по практике с предприятиями возможность прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья оговаривается предварительно.

3. Место практики в структуре образовательной программы

Преддипломная практика относится к вариативной части Блока 2 «Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)» учебного плана ООП «Маркетинг в торговле» по направлению 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры).

Содержание практики является логическим завершением процесса теоретического изучения дисциплин учебного плана ООП и практического закрепления полученных знаний в ходе комплекса учебных и производственных практик различного содержания на действующих предприятиях коммерческой сферы, служит основой для завершающей реализации набора общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в процессе написания выпускной квалификационной работы магистранта.

4. Тип (форма) и способ проведения практики

Способ проведения практики в соответствии с ФГОС ВО и ООП – стационарный или выездной.

Преддипломная практика проходит в самостоятельно выбранной студентом организации в соответствии с направленностью (профилем) ООП, либо организации, предоставляемой кафедрой из имеющихся баз практик по желанию студента, оформленному в виде заявления.

Преддипломная практика в соответствии с указанной спецификой проводится преимущественно на предприятиях, занимающихся оптовой и розничной реализацией товаров и услуг конечного и производственного потребления, с которыми заключены договоры на проведение практики. Стационарная форма преддипломной практики на базе обучающей организации применяется лишь в отдельных случаях, когда это обусловлено особенностями научно-исследовательской деятельности обучающегося.

Руководство практикой на всех её этапах осуществляется преподавателями Университета совместно с руководителями организаций – баз практик. Руководителями преддипломной практики магистрантов от обучающей организации являются преподаватели – научные руководители ВКР.

Руководитель практики от вуза обеспечивает научно-методическое руководство и контроль за выполнением плана практики; руководитель практики от предприятия организует проведение практики студентов в полном соответствии с согласованной программой и планом прохождения практики. По итогам практики студент должен представить и защитить отчет в сроки, установленные Вузом.

5. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате прохождения преддипломной практики обучающийся должен приобрести предусмотренные образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» практические навыки, умения, и компетенции, указанные в таблице ниже.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате проведения практики обучающиеся должны
1	ОК-3	Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	<p>Знать Принципы и подходы планирования собственного времени, разработки планов личного образования и развития Базовые принципы и подходы научного познания; Логику и этапы разработки и реализации исследовательского проекта в профессиональной сфере</p> <p>Уметь Адаптироваться к новым ситуациям, критически переоценивать накопленный опыт, анализировать свои возможности</p> <p>Владеть навыками составления собственного плана работы на определенный период, способностью распределять свое время в течении дня и оценивать его эффективность</p>
2	ОК-7	Готовность адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей	<p>Знать Основные подходы и принципы формирования стратегии личного развития и профессионального роста</p> <p>Уметь Адаптировать теоретические знания к практическим проблемам предприятия на конкретном рабочем месте</p> <p>Владеть Методами адаптации к новым и текущим ситуациям, способам переоценки накопленного и полученного опыта в течение практической деятельности на предприятии</p>
3	ОК-9	Готовность к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способность быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования	<p>Знать Основные направления и тенденции изменений профессиональной сферы деятельности для оценки возможности адаптации на практике</p> <p>Уметь Адаптировать теоретические знания к требованиям практической деятельности в процессе выполнения профессиональных функций на рабочем месте</p> <p>Владеть Навыками комплексной постановки проблемы ВКР с учетом прямых и опосредованных воздействий факторов внутренней и внешней среды предприятия</p>

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате проведения практики обучающиеся должны
4	ОПК-3	Способность самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	<p>Знать Основные направления и тенденции развития инноваций в маркетинговой и сбытовой деятельности предприятий реальной сферы</p> <p>Уметь Исследовать инновационные возможности и генерировать новые идеи маркетинговых нововведений для повышения конкурентоспособности предприятия – базы практики</p> <p>Владеть Методами оценки конкурентоспособности и эффективности маркетинговых нововведений, предлагаемых в ВКР</p>
5	ПК-2	Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	<p>Знать Основные направления и тенденции развития инноваций в маркетинговой и сбытовой деятельности предприятий реальной сферы</p> <p>Уметь Исследовать инновационные возможности и генерировать новые идеи маркетинговых нововведений для повышения конкурентоспособности предприятия – базы практики</p> <p>Владеть Методами оценки конкурентоспособности и эффективности маркетинговых нововведений, предлагаемых в ВКР</p>
6	ПК-4	Готовность к анализу и оценке бизнес – среды, организации (предприятия), эффективность ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)	<p>Знать Основные факторы внешней и внутренней бизнес-среды предприятия – базы практики Основные принципы и подходы к разработке и принятию стратегических решений в маркетинговой деятельности предприятия</p> <p>Уметь Проводить комплексный ситуационный анализ факторов внутренней и внешней среды предприятия на практике Использовать результаты комплексного анализа для разработки маркетинговых мероприятий в рамках ВКР</p> <p>Владеть Методами и инструментами стратегического анализа предприятия в практической деятельности для разработки комплексных стратегических решений</p>
7	ПК-6	Способность к исследованию, прогнозированию, мо-	<p>Знать Основные факторы бизнес-среды предприятия – базы практики</p>

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате проведения практики обучающиеся должны
		делированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес – технологий с использованием научных методов	<p>Основные механизмы формирования конъюнктуры рынка</p> <p>Основные подходы и методы к моделированию и прогнозированию конъюнктуры рынка</p> <p>Уметь</p> <p>Применять методы прогнозирования спроса и предложения в процессе реализации исследовательского проекта в рамках ВКР</p> <p>Владеть</p> <p>Навыками интерпретации моделируемых прогнозов и сценариев развития конъюнктуры рынка</p>
8	ПК-8	Способность самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ	<p>Знать</p> <p>Основные подходы и методы сбора и обработки информации в процессе реализации исследовательского проекта</p> <p>Требования к актуальности, полноте, достоверности данных, привлекаемых в ходе исследования;</p> <p>Уметь</p> <p>Проводить комплекс мероприятий по сбору, хранению, обработке и анализу информации об экономической деятельности предприятия-базы практики</p> <p>Обрабатывать и систематизировать собранную в ходе практики информацию по теме ВКР</p> <p>Владеть</p> <p>Методами анализа и представления данных в ходе научно-исследовательского проекта по проблеме ВКР</p>
9	ПК-9	Готовность к проектированию и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности	<p>Знать</p> <p>Основные направления и виды информационного обеспечения маркетинговой деятельности предприятия</p> <p>Уметь</p> <p>Формировать коммуникационные инструменты взаимодействия с потребителями на основе современных телекоммуникационных технологий</p> <p>Владеть</p> <p>Методами и инструментами обработки информации, собранной на предприятии в ходе практики</p>
10	ПК-10	Способность к поиску инновационных идей при проек-	Знать

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате проведения практики обучающиеся должны
		тировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, прогнозированию и проектированию ассортимента товара, готовности к проектированию и разработке бренд - технологий	Основные направления и тенденции развития инноваций в маркетинговой и сбытовой деятельности предприятий реальной сферы Уметь Исследовать инновационные возможности и генерировать новые идеи маркетинговых нововведений для повышения конкурентоспособности предприятия – базы практики Владеть Методами проектирования и оценки долгосрочных эффектов маркетинговых нововведений, предлагаемых в ВКР

5. Структура и содержание практики

Общая трудоёмкость практики составляет 9 зач. ед. (324 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице. Продолжительность практики 6 недель. Время проведения практики - С семестр.

Содержание разделов программы практики, распределение бюджета времени практики на их выполнение представлено в таблице.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		А	В	С	
Подготовительный этап, включающий контактную работу магистранта с преподавателем	8	-	-	8	
Самостоятельная работа магистранта	310	-	-	310	
Аттестация магистранта по практике	6	-	-	6	
Общая трудоёмкость	час	324	-	-	324
	зач. ед.	9	-	-	9

7. Формы отчетности практики

В качестве основной формы отчетности по практике устанавливается дневник практики и письменный отчет.

8. Образовательные технологии, используемые на практике

При проведении практики используются образовательные технологии в форме консультаций преподавателей–руководителей практики от университета и руководителей практики от организаций, а также в виде самостоятельной работы студентов.

Кроме традиционных образовательных, научно-исследовательских технологий, используемых в процессе практической деятельности, используются и интерактивные технологии (анализ и разбор конкретных ситуаций, подготовка на их основе рекомендаций) с включением практикантов в активное взаимодействие всех участвующих в процессе делового общения.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов при прохождении преддипломной практики являются:

1. учебная литература;
2. нормативные документы, регламентирующие прохождение практики студентом;
3. методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание практики.

Самостоятельная работа студентов во время прохождения практики включает:

- ведение дневника практики;
- оформление итогового отчета по практике.
- анализ нормативно-методической базы организации;
- анализ научных публикации по заранее определённой руководителем практики теме;
- анализ и обработку информации, полученной ими при прохождении практики;
- работу с научной, учебной и методической литературой,
- работа с конспектами лекций, ЭБС.

Для самостоятельной работы представляется аудитория с компьютером и доступом в Интернет, к электронной библиотеке вуза и к информационно-справочным системам

10. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по преддипломной практике

Форма контроля преддипломной практики по этапам ее прохождения

№ п/п	Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся	Недели	Формы текущего контроля
1.	Подготовительный этап. Получение задания и первичная консультация по его выполнению. Разработка плана проведения исследовательских мероприятий.	0	Консультации с руководителями практики от университета, заявление обучающегося, гарантийное письмо предприятия и договор по практике
	Самостоятельная работа обучающегося: Сбор фактического материала: характеристика предприятия; внешняя и внутренняя среда предприятия; структура предприятия; основные фонды предприятия; технологический процесс; характеристика ассортимента; экспертиза качества готовой продукции (из-	1-6	Консультации с руководителями практики от предприятия, от университета, Дневник прохождения практики, части и разделы отчета по практике

	делий); маркетинговая деятельность предприятия; сбытовая политика предприятия; анализ основных экономических показателей деятельности предприятия		
	Консультации руководителя практики от университета в период прохождения	1-6	В соответствии с графиком консультаций
	Итоговые консультации и составление отчета. Защита отчета и аттестация обучающегося по практике.	По окончании периода практики	Защита отчёта руководителю практики от университета в форме собеседования

Текущий контроль предполагает контроль ежедневной посещаемости студентами рабочих мест в организации и контроль правильности формирования компетенций.

Промежуточный контроль предполагает проведение по окончании практики проверки документов (отчет, дневник, характеристика студента, отзыв и др.). Документы обязательно должны быть заверены подписью руководителя практики.

Показатели и критерии оценки отчетов по прохождению практики представлены в таблице:

Показатели, критерии и шкала оценки прохождения практики обучающимся

Показатель	Критерии	Шкала уровней
Выбор предприятия-базы практики, предварительное согласование и подтверждение, заключение договора	Соответствие направлению и профилю образовательной программы Соответствие нормативным срокам	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Разработка индивидуального задания и плана-графика практики	Соответствие нормативным срокам Понимание целей и задач практики Соответствие целям и задачам практики Наличие предварительно поставленной проблемы научного исследования для изучения на практике Наличие грамотной гипотезы, целей и задач научного исследования	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Выполнение подготовительных мероприятий, включая прохождение необходимых инструктажей и допусков	Соответствие нормативным срокам Полнота	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Соответствие требованиям к нормативно-правовому обеспечению процесса прохождения практики	Своевременное заключение договора с предприятием о прохождении практики Своевременное прохождение необходимых инструктажей и допусков Отсутствие нарушений правовых норм и правил внутреннего распорядка обучающимся	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует

Квалифицированное ведение дневника практики	Своевременность Соответствие плану-графику Отражение деятельности, связанной с поиском и обработкой необходимой профессиональной информации	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Характеристика обучающимся морально-психологического климата в коллективе на предприятии	Оценка отношения к новым членам коллектива Описание уровня удовлетворенности процессом прохождения практики	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Квалифицированное выполнение отчета	Полнота структуры и содержания Уровень квалифицированного изложения материала Наличие фактографических данных о деятельности предприятия Использование вторичных данных для изучения и анализа внешней и внутренней среды предприятия Наличие аналитических подходов и методов оценки эффективности деятельности предприятия Использование статистических данных для выявления и моделирования тенденций развития предприятия Наличие выявленных обучающимся проблем функционирования предприятия Наличие обоснованных выводов и предложений Своевременность выполнения и представления на защиту	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Квалифицированное выполнение задания по научно-исследовательской работе	Наличие собранных данных по проблеме научного исследования Наличие элементов методики исследования и ее апробации в реальных условиях Наличие аналитических выводов и предложений	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Отзыв руководителя практики от предприятия	Характеристика личных качеств обучающегося Характеристика профессиональных и деловых качеств обучающегося Наличие замечаний Общая оценка	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует
Презентация и защита отчета	Квалифицированное изложение содержания Умение пользоваться профессиональной терминологией Описание нормативно-правовой базы деятельности предприятия-базы практики Использование количественных и качественных методов описания и исследования изученных направлений деятельности Грамотные ответы на вопросы Использование современного программного обеспечения для представления результатов практики	2-полностью соответствует 1 – частично соответствует 0 - не соответствует

Методика определения итоговой оценки по преддипломной практике

Итоговая оценка	Итоговый уровень критериев по основным показателям
«Зачтено»	1. По всем основным показателям достигнутый уровень критериев - «полностью соответствует» 2. По основным показателям достигнутый уровень критериев «полностью соответствует» превышает 50 %, ни один критерий не находится в зоне «не соответствует» 3. Если уровень «полностью соответствует» ниже 50%, отчет по практике рекомендуется к защите после доработки
«Не зачтено»	Имеется хотя бы один критерий в зоне «не соответствует», который нельзя исправить путем технической доработки без повторного посещения предприятия

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение преддипломной практики

а) основная литература:

1. Годин, А.М. Инструменты современного маркетинга [Электронный ресурс]: монография / А.М. Годин, О.А. Масленникова. – Электрон. дан. – Москва: Дашков и К, 2014. – 179 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/70529>.

2. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / А. В. Коротков. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 595 с.

3. Моргунов, В.И. Инновационные процессы развития маркетинга в современной экономике: Научное издание [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В.И. Моргунов, А.И. Дубков. – Электрон. дан. – Москва: Дашков и К, 2011. – 32 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/44074>.

4. Памбухчиянц, О.В. Технология розничной торговли [Электронный ресурс]: учеб. – Электрон. дан. – Москва: Дашков и К, 2016. – 288 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93379>.

5. Парамонова, Т.Н. Маркетинг торгового предприятия: Учебник [Электронный ресурс]: учеб. / Т.Н. Парамонова, Н.Н. Красюк, В.В. Лукашевич. – Электрон. дан. – Москва : Дашков и К, 2016. – 284 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93341>.

6. Синяева, И.М. Маркетинг в коммерции [Электронный ресурс] : учеб. / И.М. Синяева, В.В. Земляк, В.В. Синяев. – Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. – 548 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93369>.

7. Шальнова, О.А. Технологии формирования потребительской лояльности в розничной торговле [Электронный ресурс] : монография / О.А. Шальнова, М.В. Зинцова, Н.В. Ребрикова. – Электрон. дан. – Москва: Дашков и К, 2014. – 107 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/70585>.

б) дополнительная литература:

1. Басовский Л. Е. Маркетинг: Учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 300 с.

2. Гришина В. Т. Маркетинговые исследования: Практикум / В.Т. Гришина. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 58 с.
3. Егоров Ю. Н. Основы маркетинга: Учебник / Ю.Н. Егоров. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 292 с.
4. Коротков Э. М. Менеджмент организации: итоговая аттестация студентов, преддипломная практика и дипломное проектирование: Уч. пос./Э.М.Коротков и др. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 336 с.
5. Лукина А. В. Маркетинг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - 3-е изд., исп. и доп. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с.
6. Моисеева Н. К. Международный маркетинг и бизнес: Учебное пособие / Н.К. Моисеева. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. - 272 с.
7. Поздняков В. Я. Производственный менеджмент: Учеб. / Под ред. проф. В.Я.Позднякова, В.М.Прудникова - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 412 с.
8. Резник Г. А. Введение в маркетинг: Учебное пособие / Г.А. Резник. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 202 с.
9. Румянцева З. П. Общее управление организацией. Теория и практика: Учебник / З.П. Румянцева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с.
10. Савватеев Е. В. Экономика, организация, основы маркетинга в перерабатывающей промышленности: Учебное пособие / Е.В. Савватеев и др.; Под общ. ред. Е.В. Савватеева. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 317 с.
11. Сухарев О. С. Функциональный и интернет-маркетинг: Монография / О.С. Сухарев, Н.В. Курманов, К.Р. Мельковская. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.
12. Сыров В. Д. Диффундирование маркетинга в производство промышленного предприятия / В.Д. Сыров. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 100 с.
13. Тимофеев М. И. Маркетинг: Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 3-е изд. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 223 с.

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»
4. «Практический маркетинг»
5. Журнал «Медиа Профи». Режим доступа: <http://www.mediaprofi-online.ru/tema.php?page=1>
6. Ежедневная интернет-газета «Новости телекоммуникаций, вещания и ИТ. Режим доступа: <http://www.comnews.ru/lastnews/>

12.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения преддипломной практики

Профессиональные базы данных, информационные справочные системы и электронные образовательные ресурсы:

1. Университетская библиотека on-line (www.biblioclub.ru/);
2. Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» // <http://window.edu.ru/>;
3. Российское образование. Федеральный образовательный портал. // <http://www.edu.ru/>.

13.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по преддипломной практике, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

В процессе организации практики применяются современные информационные технологии:

1) мультимедийные технологии, для чего ознакомительные лекции и инструктаж студентов во время практики проводятся в помещениях, оборудованных экраном, видеопроектором, персональными компьютерами.

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

При прохождении практики студент может использовать имеющиеся на кафедре маркетинга и торгового дела программное обеспечение и Интернет-ресурсы.

13.1 Перечень лицензионного программного обеспечения:

Программное обеспечение: MS Windows 2007/2000/XP/NT; MS Office 2007/2000/XP, базы данных, информационно-справочные и поисковые системы; браузер MS Internet Explorer; 1С: Предприятие

13.2 Перечень информационных справочных систем:

1. Информационно-правовая система «Гарант» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://garant.ru/>

2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://consultant.ru/>

3. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» (www.studmedlib.ru);

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

14. Методические указания для обучающихся по прохождению преддипломной практики

Перед началом практики на предприятии студентам необходимо ознакомиться с правилами безопасной работы и пройти инструктаж по технике безопасности.

В соответствии с заданием на практику совместно с руководителем студент составляет план прохождения практики. Выполнение этих работ проводится студентом при систематических консультациях с руководителем практики от предприятия.

Студенты, направляемые на практику, обязаны:

- явиться на установочное собрание, проводимое руководителем практики;
- детально ознакомиться с программой и рабочим планом практики;
- явиться на место практики в установленные сроки;
- выполнять правила охраны труда и правила внутреннего трудового распорядка;
- выполнять указания руководителя практики, нести ответственность за выполняемую работу;

– проявлять инициативу и максимально использовать свои знания, умения и навыки на практике;

– выполнить программу и план практики, решить поставленные задачи и своевременно подготовить отчет о практике.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

15. Материально-техническое обеспечение преддипломной практики

Для полноценного прохождения практики предприятиями в распоряжение студентов предоставляется необходимое для выполнения индивидуального задания по практике оборудование, и материалы.

№	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень оборудования и технических средств обучения
	Компьютерный класс Ауд. 201Н	<p>19 рабочих мест. Рабочие места, подключены к локальной сети факультета, имеют доступ к глобальной сети Интернет. Установлено прикладное программное обеспечение: Windows дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Microsoft Office дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Statistica дог. №74-АЭФ/44-ФЗ/2017 от 05.12.2017 MatLab дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 MathCad дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 Mathematica дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 Консультант+ Гарант 1с дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014</p>
	Компьютерный класс Ауд. 202Н	<p>15 рабочих мест. Рабочие места, подключены к локальной сети факультета, имеют доступ к глобальной сети Интернет. Установлено прикладное программное обеспечение: Windows дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Microsoft Office дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Statistica дог. №74-АЭФ/44-ФЗ/2017 от 05.12.2017 MatLab дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 MathCad дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 Mathematica дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 Консультант+ Гарант 1с дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014</p>
	Компьютерный класс Ауд. 203Н	<p>15 рабочих мест. Рабочие места, подключены к локальной сети факультета, имеют доступ к глобальной сети Интернет. Установлено прикладное программное обеспечение: Windows дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Microsoft Office дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Statistica дог. №74-АЭФ/44-ФЗ/2017 от 05.12.2017 MatLab дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 MathCad дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 Mathematica дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 Консультант+ Гарант 1с дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014</p>

Компьютерный класс Ауд. А203Н	15 рабочих мест. Рабочие места, подключены к локальной сети факультета, имеют доступ к глобальной сети Интернет. Установлено прикладное программное обеспечение: Windows дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Microsoft Office дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Statistica дог. №74-АЭФ/44-ФЗ/2017 от 05.12.2017 MatLab дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 MathCad дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 Mathematica дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014 Консультант+ Гарант 1с дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014
Мультимедийная аудитория 205А	Проектор Epson с беспроводным подключением, ноутбук 15".
Мультимедийная аудитория 2026Л	Проектор Epson с беспроводным подключением, ноутбук 15".
Мультимедийная аудитория 2027Л	Проектор Epson с беспроводным подключением, ноутбук 15".
Мультимедийная аудитория 4034Л	Проектор Epson с беспроводным подключением, ноутбук 15".
Мультимедийная аудитория 4035Л	Проектор Epson с беспроводным подключением, ноутбук 15".
Мультимедийная аудитория 4036Л	Проектор Epson с беспроводным подключением, ноутбук 15".
Мультимедийная аудитория 5043Л	Проектор Epson с беспроводным подключением, ноутбук 15".
Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета Ауд.213А	30 рабочих мест. Рабочие места имеют доступ к глобальной сети Интернет. Установлено прикладное программное обеспечение: Windows дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Microsoft Office дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017
Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета Ауд. 218А	6 рабочих мест. Рабочие места оборудованы клавиатурами с алфавитом Брайля и имеют доступ к глобальной сети Интернет. Установлено прикладное программное обеспечение: Windows дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Microsoft Office дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017 Система голосового сопровождения «Балаболка»

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.

« _____ » _____ 2017 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Направление подготовки	38.04.06 «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 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры) профиль маркетинг в торговле.

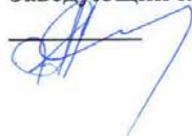
Программу составил(и):

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 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры), уровня сформированности общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций и степени готовности выпускника к выполнению профессиональных задач.

Задачами ГИА являются:

- установление соответствия уровня подготовки выпускника требованиям образовательного стандарта по направлению подготовки;
- определение уровня подготовки выпускника к торгово-технологической, организационно-управленческой, научно-исследовательской, проектной, экспертной и педагогической деятельности;
- оценка понимания выпускником современных тенденций развития маркетинговых технологий торговых предприятий;
- 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 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры) и завершается присвоением квалификации «магистр».

К государственными 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;
- экспертной;
- педагогической.

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 к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
ОК-2	готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения
ОК-3	готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала
ОК-4	способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень
ОК-5	способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности
ОК-6	способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение
ОК-7	способностью адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей
ОК-8	способностью критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска
ОК-9	готовностью к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способность быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования
Общепрофессиональные компетенции	
ОПК-1	готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-2	готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОПК-3	способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
ОПК-4	готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
Профессиональные компетенции	
торгово-технологическая деятельность	
ПК-1	способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров
ПК-2	готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных тех-

	нологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)
организационно-управленческая деятельность	
ПК-3	управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия
ПК-4	готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)
ПК-5	способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)
научно-исследовательская деятельность	
ПК-6	способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов
ПК-7	способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы
ПК-8	способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно исследовательских работ
проектная деятельность	
ПК-9	готовностью к проектированию и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности
ПК-10	способностью к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий
экспертная деятельность	
ПК-11	способностью определять объекты и основания проведения экспертизы и обосновывать ее необходимость, готовность выбирать и рационально использовать средства и методы экспертизы в области профессиональной деятельности, организовывать и проводить ее
педагогическая деятельность	
ПК-12	способностью организовывать и проводить образовательную деятельность в профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования, в том числе с применением инновационных технологий

4. Объем государственной итоговой аттестации.

Общая трудоёмкость ГИА составляет 7 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.

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 не должен превышать 80 – 100 страниц машинописного текста указанного формата.

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 использования 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 (меж-

дународный, 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.

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.

Каждый элемент научного вклада выпускника, отраженный в ВКР должен обладать достаточным уровнем новизны. *Элементы научной новизны* могут быть следующими:

I. Постановка проблемы:

- обоснование актуальности темы ВКР, которая исследуется впервые;
- дополнительное обоснование актуальности темы исследования, которая не является для науки новой.

II. Познание предмета исследования:

- научное обобщение и систематизация материала;

- научное предположение-гипотеза;
- открытие закономерностей, тенденций, процессов, явлений, преимуществ, резервов;
- выводы о сущности, функциях, развитии, связях, противоречиях, последствиях, причинах;

- определение понятий;
- выявление элементов предмета исследования;
- построение системы предмета исследования;
- разработка классификаций.

III. Методологическое решение проблемы:

- разработка системного подхода к исследованию;
- разработка комплекса задач, принципов, требований, условий, форм, противоречий и путей их решения;
- выбор более прогрессивных, лучших методов, путей, решений из существующих и предлагаемых;

- разработка экономических механизмов, моделей, систем, программ, показателей принципиального характера;

- разработка путей мобилизации резервов.

IV. Методическое решение проблемы:

- разработка положений, методик, инструкций и их частей;
- отдельные предложения методического характера;
- детальная разработка экономических механизмов, моделей, систем, программ, критериев, показателей для практического использования;
- предложения по методике расчета доходов, расходов, эффекта, резервов и т. д.;
- конкретные расчеты планов, прогнозов, нормативов, норм, резервов, эффекта и т. п. на основе предлагаемых методик;

- разработка форм экономических документов (плановых, отчетных и других) и методических указаний по их заполнению и применению.

V. Внедрение методических рекомендаций в практику:

- анализ положительного и отрицательного опыта внедрения предлагаемых методик;
- выявление прямых нарушений установленных правил и их причин;
- определение внешних условий эффективного действия методик и постановка вопроса о необходимости их создания;
- предложения по ликвидации обнаруженных нарушений и других причин неэффективного применения методик;

- прочие элементы научного вклада (могут относиться к этапам I-V):

- постановка частных теоретических и практических проблем;
- критика неверных позиций и решений;
- обобщение, классификация и анализ имеющихся точек зрения;
- применение новых методов исследования.

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 и рецензию. В качестве рецензентов могут привлекаться руководители и ведущие специалисты организаций и предприятий – баз практики, а также профессора и доценты ФГБОУ ВО «КубГУ» других вузов.

Процедура защиты ВКР служат 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 первого семестра второго года 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., межстрочный 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 параграфы 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 работе имеются в Методических указаниях по выполнению выпускной квалификационной работы магистратуры одобренные на заседании кафедры маркетинга и торгового дела, протокол № 6 от 26 марта 2017 г. И методических указаниях по написанию и оформлению выпускной квалификационной работы утвержденных на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 8 от 29 июня 2017 г., предназначенных для студентов экономического факультета (уровень высшего образования магистратура).

5. Фонд оценочных средств для защиты ВКР

На защите ВКР проверяется уровень сформированности у выпускников общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций по следующим критериям:

- степень раскрытия содержания темы исследования;
- содержательное качество методической части ВКР;
- актуальность и обоснованность предложений и рекомендации, изложенных в практической части ВКР;
- ответы студента на дополнительные вопросы;
- вопросы на защите ВКР о работе на предприятии-объекте исследования;
- доклад и презентация по материалам ВКР;
- защита ВКР;
- наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;
- отзыв научного руководителя о выполнении ВКР;
- оформление ВКР в соответствии с требованиями методических указаний;
- участие в научно-практических конференциях, конкурсах;
- наличие публикаций по материалам 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	Знать: методы анализа и синтеза информации	

способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Уметь: абстрактно мыслить; анализировать и обобщать полученную в ходе исследования информацию.	<ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической проработки проблемы исследования; – 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
	Владеть: способностью к абстрактному мышлению, анализу и синтезу.	
ОК-2 готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Знать: механизмы поведения в нестандартной ситуации; методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций; социальные и этические нормы поведения.	<ul style="list-style-type: none"> – 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. – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;
	Уметь: нести социальную и этическую ответственность за принятые решения; оказывать первую помощь в экстренных случаях; действовать в нестандартных ситуациях.	
	Владеть: знаниями о последствиях принятых решений; навыками самостоятельной защиты при нестандартных ситуациях.	
ОК-3 готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знать: способы самоорганизации и развития своего интеллектуального, культурного, духовного, нравственного, физического и профессионального уровня.	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – доклад и презентация по материалам ВКР
	Уметь: находить недостатки в своем общекультурном и профессиональном уровне развития и стремиться их устранить.	
	Владеть: навыками саморазвития, самореализации и использования своего творческого потенциала.	
ОК-4 способностью совершенствоваться и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень	Знать: о необходимости и значимости совершенствования и развития своего общекультурного и интеллектуального уровня.	<ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической проработки проблемы исследования; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования; – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях,
	Уметь: анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые научные проблемы.	
	Владеть: технологиями приобретения, использования и обновления гу-	

	манитарных, социальных и экономических знаний для развития своего интеллектуального уровня.	конкурсах, в публикациях научных изданий.
ОК-5 способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности	Знать: знать теоретические основы организации маркетинговой деятельности на торговом предприятии	<ul style="list-style-type: none"> – содержательное качество методической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР
	Уметь: самостоятельно исследовать актуальные вопросы и новые методы организации маркетинга на торговом предприятии, уметь применять новые знания в практической деятельности	
	Владеть: навыками поиска и анализа актуальной информации об организации маркетинговой деятельности и умениями реализовывать полученные знания в своей профессиональной деятельности.	
ОК-6 способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение	Знать: основы работы с программными продуктами, оптимизирующими трудозатраты в ходе выполнения профессиональных задач в области маркетинга торговых предприятий.	<ul style="list-style-type: none"> – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – доклад и презентация по материалам ВКР
	Уметь: приобретать новые знания и умения с помощью информационных технологий, расширять и углублять свое научное мировоззрение	
	Владеть: умениями самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий для использования новых знаний и умений в процессе реализации комплексных маркетинговых стратегий на торговых предприятиях, а также развивать свои знания и умения в смежных с профессиональной деятельностью областях.	
ОК-7 способностью адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей	Знать: методы адаптации к новым ситуациям, возникающим во внешней и внутренней среде торгового предприятия.	<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;
	Уметь: адаптироваться к новым ситуациям возникающим во внешней и внутренней среде торговых предприятий, переоценке накопленного практического опыта в области маркетинга, анализировать свои возможности в быстроменяющейся рыночной среде	

	<p>Владеть: навыками переориентации маркетинговых стратегий, внедрённых на торговых предприятиях при изменении ситуаций; способностью переоценки накопленного опыта и анализа своих возможностей в быстроменяющихся условиях.</p>	<p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p>
<p>ОК-8 способностью критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска</p>	<p>Знать: основы анализа, синтеза и обобщения информации</p>	<p>– 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>Уметь: проводить анализ и критически резюмировать информацию, проявлять инициативу в ходе выполнения маркетинговых задач, в.ч. и в условиях риска</p>	
	<p>Владеть: способностью объективно оценивать принятую информацию, принимать взвешенные решения в условиях риска в процессе выполнения маркетинговых задач</p>	
<p>ОК-9 готовностью к самостоятельной работе с использованием знаний, умений и навыков, полученных на предыдущих уровнях образования; способность быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования</p>	<p>Знать: основные требования к осуществлению самостоятельной профессиональной деятельности, основные технологии осуществления маркетинговой деятельности на предприятии, знать основные требования к уровню образования и квалификации маркетологов на рынке труда.</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; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия</p>
	<p>Уметь: самостоятельно осуществлять трудовую деятельность, уметь позиционировать себя на рынке труда как квалифицированного специалиста в сфере маркетинга и торгового дела.</p>	
	<p>Владеть: всеми необходимыми навыками и умениями для осуществления самостоятельной профессиональной деятельности. Владеть способностью к самомотивации к получению дополнительного и послевузовского обучения.</p>	
<p>ОПК-1 готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на</p>	<p>Знать: по крайней мере, один из иностранных языков и принципы построения грамотной устной и письменной речи.</p>	<p>– доклад и презентация по материалам ВКР;</p>
	<p>Уметь: профессионально изложить результаты исследования, подгото-</p>	

<p>русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>вить доклад и выступление на международной конференции на иностранном языке.</p> <p>Владеть: : навыками профессионального коммуникационного общения и научной терминологией на иностранном языке; техникой перевода иностранной литературы.</p>	<p>– – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования;</p> <p>– соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов</p>
<p>ОПК-2 готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p>Знать: основы организационного поведения, методы управления трудовыми коллективами, особенности внутрифирменной коммуникации.</p> <p>Уметь: брать ответственность за принятые решения и направленность исследования; толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p> <p>Владеть: навыками совместной работы в различных торговых организациях, навыками внутрифирменного взаимодействия и методами управления.</p>	<p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p>
<p>ОПК-3 способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товаро-ведной)</p>	<p>Знать: принципы организации маркетинговой деятельности, особенности поиска инновации в профессиональной деятельности, знать методы их анализа и оценки результатов</p> <p>Уметь: осуществлять поиск инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности</p>	<p>– наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;</p> <p>– комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;</p> <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p>
<p>ОПК-4 готовностью выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или ре-</p>	<p>Знать: инструментарий для прогнозирования коммерческих рисков; методы выявления рисков в ходе осуществления маркетинговой деятельности.</p> <p>Уметь: анализировать и оценивать риски в управлении маркетинговой деятельностью торгового предприятия</p>	<p>– наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;</p>

<p>кламной, или логистической, или товароведной)</p>	<p>Владеть: методами оценки рисков в управлении маркетинговой деятельностью торгового предприятия; навыками подсчета потерь от различных видов рисков</p>	<p>– комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;</p> <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p>
<p>ПК-1 способностью выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров</p>	<p>Знать: способы выбора инновационных систем закупок и продаж товаров</p> <p>Уметь: обеспечивать материально-техническое снабжение торгового предприятия, осуществлять продвижение и реализацию товаров и услуг; анализировать, оценивать и разрабатывать товарные стратегии торгового предприятия.</p> <p>Владеть: способностью осуществлять сравнительный анализ и выбор инновационных технологий в области маркетинга, закупок и продаж товаров</p>	<p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p>
<p>ПК-2 готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)</p>	<p>Знать: алгоритмы разработки и адаптации инновационных маркетинговых технологий, знать методы управления маркетинговой деятельностью на торговом предприятии.</p> <p>Уметь: разрабатывать и проводить оценку инновационных маркетинговых технологий и внедрять их в практику торгового маркетинговой деятельности торгового предприятия</p> <p>Владеть: методами оценки эффективности инновационных маркетинговых технологий; способами участия в разработке инновационных маркетинговых методов, средств и технологий в сфере торговли</p>	<p>– комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;</p> <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования;</p> <p>– наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;</p> <p>– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.</p>
<p>ПК-3 способностью анализировать технологический процесс как объект</p>	<p>Знать: особенности торгово-технологического процесса, методы организации и координации работы персонала торгового персонала и персонала отдела маркетинга для достижения корпоративных целей.</p>	<p>– наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде</p>

<p>управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия</p>	<p>Уметь: принимать управленческие решения в области маркетинга; систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия в процессах управления маркетинговой деятельности, уметь организовывать работу персонала маркетингового отдела торгового предприятия.</p> <p>Владеть: методикой анализа торгового-технологического процесса как объекта управления, эффективно организовывать и координировать работу торгового персонала и работников маркетингового отдела, владеть управленческими навыками. Владеть способностью систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов торгового предприятия</p>	<p>функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;</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.
<p>ПК-4 готовностью к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)</p>	<p>Знать: методы анализа и оценки бизнес-среды торгового предприятия, эффективности его хозяйственной деятельности, знать этапы разработки маркетинговых стратегии и способы контроля за их реализацией, знать методы оценки результатов, полученных в ходе реализации маркетинговых стратегий</p> <p>Уметь: осуществлять анализ и оценку бизнес-среды организации, оценивать эффективность деятельности торгового предприятия с целью разработки маркетинговых стратегий для повышения эффективности хозяйственной деятельности торгового предприятия; уметь проводить аудит маркетинговой деятельности на торговом предприятии</p> <p>Владеть: навыками анализа и оценки бизнес-среды, в которой функционирует торговое предприятие, способностью к разработке маркетинговых стратегий, контролю за их реализацией и оценке эффективности путем аудита организации маркетинга на торговом предприятии.</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; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования.
<p>ПК-5</p>	<p>Знать: методы анализа, прогнозирования и моделирования тенденций</p>	

<p>способностью к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)</p>	<p>изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов маркетинговой деятельности торгового предприятия</p> <p>Уметь: - проводить исследование, анализ, прогнозирование и моделирование тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов маркетинговой деятельности торгового предприятия</p> <p>Владеть: методами анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, маркетинговой деятельности торгового предприятия</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; - ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования.
<p>ПК-6</p> <p>способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов</p>	<p>Знать: научные методы оценки конъюнктуры рынка и бизнес-технологий торгового предприятия и его маркетинговых технологий.</p> <p>Уметь: проводить с использованием научных методов исследования, торговой конъюнктуры и прогнозировать тенденции ее изменений с целью формирования эффективных маркетинговых стратегий, реализация которых будет способствовать достижению корпоративных целей.</p> <p>Владеть: способностью к использованию научных методов оценки, прогнозирования и моделирования конъюнктуры рынка и бизнес-технологий</p>	<ul style="list-style-type: none"> - уровень теоретической проработки проблемы исследования; - 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
<p>ПК-7</p> <p>способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы</p>	<p>Знать: количественные и качественные методы исследования бизнес-процессов торгового предприятия; основные понятия, структурные элементы организации маркетинговой деятельности, этапы проведения и виды маркетинговых исследований; прогрессивные технологии маркетинговых коммуникаций торговых предприятий.</p> <p>Уметь: проводить исследования прогрессивных направлений развития управления торгово-технологическим процессом и маркетинговой деятельностью торгового предприятия, уметь выбирать, адаптировать и реализовывать новые технологии</p>	<ul style="list-style-type: none"> - уровень теоретической проработки проблемы исследования; - содержательное качество методической части ВКР; - наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; - ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования;

	<p>маркетинговых коммуникаций в сфере торговли</p> <p>Владеть: навыками изучения прогрессивных направлений развития в области маркетинга торговых предприятий.</p>	<p>– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.</p>
<p>ПК-8</p> <p>способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ</p>	<p>Знать: особенности поиска, анализа, систематизации и обобщения научной информации, в области маркетинга и управления торго-технологическими процессами.</p> <p>Уметь: проводить анализ и обрабатывать полученные результаты научно-исследовательских работ, адаптировать и внедрять в практику маркетинговой деятельности торгового предприятия</p> <p>Владеть: навыками интеграции и обработки результатов деятельности научно-исследовательских работ с целью внедрения передовых технологий в практику маркетинговой деятельности торгового предприятия</p>	<p>– комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;</p> <p>– наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;</p> <p>– – доклад и презентация по материалам ВКР;</p> <p>– – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.</p>
<p>ПК-9</p> <p>готовностью к проектированию и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: научные методы информационного и технологического обеспечения процессов маркетинговой деятельности торгового предприятия, методы проектирования маркетинговых программ</p> <p>Уметь: осуществлять проектирование маркетинговых программ, проводить предварительную оценку их эффективности; уметь формировать и реализовывать информационное и технологическое обеспечение маркетинговой деятельности.</p> <p>Владеть: навыками проектирования маркетинговых программ и внедрения их в деятельность торговых предприятий, способностью реализовывать информационное и технологическое сопровождение маркетингово-коммуникационного комплекса торгового предприятия.</p>	<p>– комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;</p> <p>– соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов;</p> <p>– отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР</p>
<p>ПК-10</p> <p>способностью к поиску инновационных идей при проектировании, разработке,</p>	<p>Знать: инновационные направления проектирования, разработки, экспертизы и рекламы новых товаров и услуг, методы оценки конкурентоспособности товаров, методы про-</p>	<p>– уровень теоретической проработки проблемы исследования;</p>

<p>экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий</p>	<p>гнозирования и проектирования ассортимента товаров, сущность и этапы разработки бренд-технологий</p> <p>Уметь: осуществлять поиск новых идей в области разработки, проектировании, рекламы и продвижению новых товаров и услуг, уметь проводить комплексную оценку конкурентоспособности товаров и услуг, оценивать конкурентоспособность торгового предприятия на рынке, уметь обеспечивать разработку и внедрение ассортимента товаров на торговом предприятии</p> <p>Владеть: способностью осуществлять поиск новых идей для разработки и проектирования новых товаров и услуг, их продвижению и рекламе; владеть методами оценки конкурентоспособности товаров, услуг и торговых предприятий; готовностью к проектированию и разработке бренд-технологий</p>	<ul style="list-style-type: none"> – содержательное качество методической части ВКР; – 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-11</p> <p>способностью определять объекты и основания проведения экспертизы и обосновывать ее необходимость, готовность выбирать и рационально использовать средства и методы экспертизы в области профессиональной деятельности, организовывать и проводить ее</p>	<p>Знать: основания для проведения экспертизы, средства и методы для проведения проведения экспертизы в сфере торговли.</p> <p>Уметь: обосновывать необходимость проведения экспертизы в сфере торговли; уметь осуществлять выбор рациональных средств и методов экспертизы в торгово-технологическом процессе. Уметь организовать и провести экспертизу, обосновав её необходимость.</p> <p>Владеть: навыками проведения экспертизы в сфере торговли; владеть методами проведения экспертизы и способностью обосновывать необходимость её проведения.</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; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования;
<p>ПК-12</p> <p>способностью организовывать и проводить образовательную деятельность в профессиональных образовательных организациях, образовательных ор-</p>	<p>Знать: основные способы и средства преподавания дисциплин профессионального цикла в образовательных учреждениях начального, среднего, высшего и дополнительного профессионального образования.</p> <p>Уметь: осуществлять образовательный процесс в образовательных учреждениях начального, высшего и дополнительного профессионального образования.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической проработки проблемы исследования; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР;

<p>ганизациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования, в том числе с применением инновационных технологий</p>	<p>Владеть: навыками методического обеспечению образовательного процесса в области торгового дела и маркетинга. Методами и методиками преподавания дисциплин профессионального цикла в образовательных учреждениях начального, среднего, высшего и дополнительного профессионального образования</p>	<ul style="list-style-type: none"> – доклад и презентация по материалам ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования
--	---	--

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

Показатели оценки выпускной квалификационной работы

Оценка (шкала оценивания)	Описание показателей
<p>Продвинутый уровень – оценка отлично</p>	<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>
<p>Повышенный уровень – оценка хорошо</p>	<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 вы-</p>

	<p>пускника 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 содержания 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 обсуж-

даются результаты прошедших защит, выносятся 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 магистра, 2017 г. – электронный ресурс (сайт экономического факультета КубГУ): <https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya>;

Методические указания по написанию выпускной квалификационной работы магистров направления «Торговое дело» (магистерская программа «маркетинг в торговле») 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 магистерской диссертации 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 магистерской диссертации.

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. 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>.

10. 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>.

в) периодические издания.

7. «Маркетинг». Периодический журнал.

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

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

10. «Практический маркетинг»

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

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

13. 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. Windows дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017
2. Microsoft Office дог. №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017
3. Statistica дог. №74-АЭФ/44-ФЗ/2017 от 05.12.2017
4. MatLab дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014
5. MathCad дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014
6. Mathematica дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014
7. Консультант+
8. Гарант
9. 1с дог. №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014

в) перечень информационных справочных систем:

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
2. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия). Режим доступа <http://uisrussia.msu.ru/>
3. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>)
4. Электронная библиотечная система "Университетская библиотека ONLINE". Режим доступа <http://www.biblioclub.ru/> . Доступна версия сайта для слабовидящих.
5. Электронная библиотечная система [BOOK.ru](http://www.book.ru/). Режим доступа <http://www.book.ru/>. Доступна версия сайта для слабовидящих
6. Электронная библиотечная система «Юрайт». Режим доступа <http://www.biblio-online.ru/>. Доступна версия сайта для слабовидящих.
7. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда. Режим доступа <http://lib.mylibrary.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 самостоятельной работы	Перечень оборудования и технических средств обучения
---	---	--

8	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.
9	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.
10	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.
11	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.
12	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.
13	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.
14	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. Современные концепции и подходы к дифференциации и конкурентному позиционированию предприятия на целевых рынках

1.1. Место и роль дифференциации и позиционирования в создании уникального образа фирмы на целевых рынках

1.2. Создание повышенной потребительской ценности на основе ощущаемых преимуществ
Этапы сегментирования потребительских рынков и позиционирования

1.3 Виды и особенности стратегий дифференциации и позиционирования фирмы на различных рынках

2. Методические подходы к выбору и формированию стратегии дифференциации и позиционирования фирмы

2.1 Логика и этапы разработки стратегии позиционирования на основе сегментирования потребительских рынков

2.2 Методы стратегического анализа в выборе целевых рынков и формировании уникальных конкурентных преимуществ на них

2.3. Методы оценки эффектов от реализации стратегии дифференцирования и позиционирования

3. Практические проблемы выбора и реализации стратегии конкурентного позиционирования компании на основе инновационных маркетинговых коммуникаций (на примере компании «Темп Авто»)

3.1. Анализ внешней и внутренней среды функционирования компании «Темп Авто» на рынке

3.2. Анализ рыночной позиции и выявление проблем маркетинговой деятельности компании

3.3 Основные направления модернизации стратегии конкурентного позиционирования с использованием современных коммуникативных инструментов и технологий

Заключение

Список использованных источников

Приложения

**Примерная тематика выпускных квалификационных работ
по направлению подготовки 38.04.06 «Торговое дело» (уровень магистратуры),
направленность (профиль) «маркетинг в торговле»**

1. Выбор и обоснование маркетинговой стратегии торгового предприятия на рынке
2. Разработка стратегии партнерских отношений во взаимодействиях с поставщиками розничного торгового предприятия
3. Разработка интегрированной стратегии продвижения образа торгового предприятия
4. Формирование рыночных стратегий развития крупных розничных сетей на рынке товаров повседневного спроса (FMCG).
5. Определение границ рынка и формирование стратегий роста торгового предприятия
6. Разработка стратегии диверсифицированного роста торгового предприятия
7. Разработка и реализация программ лояльности как фактора стратегических преимуществ торговых предприятий
8. Формирование ассортимента и разработка ассортиментной политики торгового предприятия
9. Создание интернет-магазина и разработка стратегии его продвижения
10. Совершенствование рекламного менеджмента на базе новых коммуникационных технологий (на конкретном примере).
11. Совершенствование системы управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями на предприятии
12. Разработка стратегии продвижения бренда в сети Интернет
13. Управление выставочной деятельностью предприятия, организации (на конкретном примере).
14. Анализ и совершенствование сервисной политики предприятия, организации (на конкретном примере).
15. Разработка и совершенствование методов формирования имиджа компании и управления им.
16. Анализ и совершенствование коммуникативной политики предприятия в сети Интернет (на конкретном примере).
17. Анализ и совершенствование продуктовой политики предприятия на рынке (на конкретном примере).
18. Разработка ценовой политики для новых товаров и услуг (на конкретном примере).
19. Управление продуктовым портфелем предприятия (на конкретном примере).
20. Оценка конкурентоспособности продукции предприятия, организации на рынке (на конкретном примере).
21. Анализ и совершенствование системы сбытовой деятельности организации (на конкретном примере).
22. Разработка и совершенствование прямого маркетинга в организации, на предприятии (на конкретном примере).
23. Разработка и совершенствование электронного маркетинга (торговли) на предприятии, в организации (на конкретном примере).
24. Анализ и совершенствование коммуникативной политики предприятия, организации (на конкретном примере).

25. Разработка (или совершенствование) фирменного стиля организации (на конкретном примере).
26. Совершенствование системы маркетинга образовательного учреждения (на примере).
27. Совершенствование стратегии продвижения услуг в некоммерческой организации (на конкретном примере).
28. Направления повышения эффективности маркетинговой деятельности торговых сетей
29. Собственные торговые марки в системе инструментов маркетинговой деятельности торговых сетей
30. Мониторинг конкурентов и пути повышения его эффективности
31. Формирование стратегии конкурентного поведения торгового предприятия
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. Разработка инновационной маркетинговой стратегии фирмы
76. Концепция жизненного цикла товара в инновационной стратегии фирмы
77. Методы стратегического анализа в маркетинговой деятельности организации
78. Совершенствование системы управления маркетингом на торговом предприятии
79. Разработка стратегии брендинга на предприятии
80. Методы и инструменты управления маркетингом на диверсифицированном предприятии
81. Разработка маркетинговой стратегии фирмы при выходе на зарубежные рынки
82. Выбор форм проникновения на зарубежные рынки в международном маркетинге

**Матрица
соответствия компетенций и составных частей ООП
Направление подготовки 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры)
Направленность (профиль) «Маркетинг в торговле»**

Дисциплина, раздел ОПОП		Общекультурные компетенции (ОК)									Общепрофессиональные компетенции (ОПК)				Профессиональные компетенции (ПК)									
		ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ОК-6	ОК-7	ОК-8	ОК-9	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10
Блок 1. Дисциплины (модули)																								
Базовая часть																								
Б1.Б.01	Деловой иностранный язык				X					X	X													
Б1.Б.02	Психология		X							X		X												
Б1.Б.03	Компьютерные технологии					X									X							X		
Б1.Б.04	Стратегический маркетинг			X					X			X				X	X		X					
Б1.Б.05	Рекламный менеджмент	X		X								X		X				X					X	
Б1.Б.06	Гражданское право в хозяйственной деятельности						X					X			X									
Б1.Б.07	Логистическая система торгового предприятия											X	X				X		X					
Б1.Б.08	Бизнес-проектирование коммерческой деятельности				X							X	X									X	X	
Вариативная часть																								

Дисциплина, раздел ОПОП		Общекультурные компетенции (ОК)									Общепрофессиональные компетенции (ОПК)				Профессиональные компетенции (ПК)									
		ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ОК-6	ОК-7	ОК-8	ОК-9	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10
Б1.В.01	Управленческая экономика в маркетинговых решениях	X										X				X			X					
Б1.В.02	Маркетинговое управление рыночными инновациями и изменениями					X		X				X						X		X				
Б1.В.03	Розничные торговые предприятия и сети								X			X					X	X						
Б1.В.04	Мотивация и стимулирование торгового персонала		X								X					X	X							
Б1.В.05	Ценовая политика торгового предприятия												X				X			X				
Б1.В.06	Финансовое обоснование маркетинговых решений								X			X	X		X		X							
Б1.В.07	Товароведение и экспертиза на торговых предприятиях		X						X				X				X							X
Б1.В.08	Управление рисками на торговых предприятиях							X								X			X					
Б1.В.09	Организация экспертизы					X		X									X		X					
Б1.В.10	Инновационные маркетинговые коммуникации					X						X			X					X				
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1																							

Дисциплина, раздел ОПОП		Общекультурные компетенции (ОК)									Общепрофессиональные компетенции (ОПК)				Профессиональные компетенции (ПК)									
		ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ОК-6	ОК-7	ОК-8	ОК-9	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10
Б1.В.ДВ.01.01	Управление интеллектуальными активами организации					X						X						X		X				
Б1.В.ДВ.01.02	Правовое регулирование маркетинговой деятельности					X						X						X		X				
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2																							
Б1.В.ДВ.02.01	Информационное обеспечение маркетинговых решений					X											X	X					X	
Б1.В.ДВ.02.02	Количественные методы исследований и анализа в маркетинге					X											X	X					X	
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3																							
Б1.В.ДВ.03.01	Ассортиментная политика и управление товарными категориями											X		X	X									X
Б1.В.ДВ.03.02	Бренд-технологии в маркетинговой деятельности					X									X					X				X
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4																							

Дисциплина, раздел ОПОП		Общекультурные компетенции (ОК)									Общепрофессиональные компетенции (ОПК)				Профессиональные компетенции (ПК)									
		ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ОК-6	ОК-7	ОК-8	ОК-9	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10
Б1.В.ДВ.04.01	Управление каналами распределения и сбыта в оптовой торговле											X		X		X					X			X
Б1.В.ДВ.04.02	Торговля товарами производственно-технического назначения											X		X							X			X
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5																							
Б1.В.ДВ.05.01	Современные технологии интернет-торговли					X	X					X				X							X	
Б1.В.ДВ.05.02	Продвижение в интернет					X	X					X				X							X	
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6																							
Б1.В.ДВ.06.01	Деловые переговоры и личные продажи		X						X	X			X	X										
Б1.В.ДВ.06.02	Практикум по организации и планированию промо-мероприятий		X						X			X								X				X
Блок 2. Практики, в том числе НИР, вариативная часть																								
Б2.В.01	Учебная практика																							
Б2.В.01.01(У)	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков			X			X	X			X												X	

Дисциплина, раздел ОПОП	Общекультурные компетенции (ОК)	Общепрофессиональные компетенции (ОПК)				Профессиональные компетенции (ПК)																			
		ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ОК-6	ОК-7	ОК-8	ОК-9	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10	
Б2.В.02	Производственная практика																								
Б2.В.02.01(Н)	Научно-исследовательская работа	X		X	X	X						X			X	X			X			X			
Б2.В.02.02(П)	Научно-исследовательская практика	X				X	X					X				X	X	X	X	X	X	X			
Б2.В.02.03(П)	Технологическая практика		X		X			X		X	X			X		X	X	X					X		
Б2.В.02.04(П)	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности							X	X			X	X		X	X	X			X					
Б2.В.02.05(Пд)	Преддипломная практика			X				X		X			X		X		X					X	X	X	
Б3.Б.01	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Факультативы. Вариативная часть																									
ФТД.В.01	Маркетинг в социальных сетях																				X				
ФТД.В.02	Маркетинг изменений																							X	