

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет экономический

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор



Хагуров Т.А.

« 21 » _____ 2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ
АТТЕСТАЦИИ**

Направление подготовки/специальность: 38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль)/специализация: все профили

Форма обучения: очная, заочная

Квалификация: МАГИСТР

Краснодар 2021

Рабочая программа защиты выпускной квалификационной работы составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело

Программу составил(и):

1. Костецкий А.Н., заведующий кафедрой
маркетинга и торгового дела _____
2. Муратова А.Р., доцент кафедры
маркетинга и торгового дела _____

Рабочая программа защиты выпускной квалификационной работы утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела протокол № 4 «30» марта 2021 г.

Заведующий кафедрой маркетинга
и торгового дела Костецкий А.Н. _____

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 9 «18» мая 2021 г.

Председатель УМК факультета/института Дробышевская Л.Н. _____

Рецензенты:

1. Мальковская Я.В., директор маркетингового агентства «Маркита», канд. экон. наук
2. Шевченко И.В., доктор экономических наук, профессор, декан экономического факультета, зав. кафедрой мировой экономики и менеджмента, заслуженный экономист РФ

1 Цели и задачи изучения ГИА

1.1 Целью государственной итоговой аттестации является определение соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, требованиям профессиональных стандартов по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры), уровня сформированности универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций и степени готовности выпускника к выполнению профессиональных задач.

1.2 Задачи ГИА

- установление соответствия уровня подготовки выпускника требованиям образовательного стандарта по направлению подготовки;
- определение уровня подготовки выпускника к торгово-технологической, организационно-управленческой, научно-исследовательской, проектной 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.

1.3 Место ГИА в структуре образовательной программы

Защиты выпускной квалификационной работы относится к государственной итоговой аттестации учебного плана.

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

Государственная итоговая аттестация относится к базовой части в структуре основной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело и завершается присвоением квалификации «магистр».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения, 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:

- организационно-управленческой;
- научно-исследовательской.

По итогам ГИА проверяется степень освоения выпускником универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, отнесенные к тем областям и сферам профессиональной деятельности, на которые ориентирована ООП и предусмотренных ФГОС ВО по направлению «Торговое дело», профиль «Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде»

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
--------------------------------	--	---------------------

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
<p>УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий</p>	<p>ИУК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как целостную систему, выявляя ее составляющие и связи между ними</p>	<p>Знает принципы и методы поиска необходимой информации. Знает методики постановки задачи и способы ее достижения Знает методы определения, интерпретирования и ранжирования информации, необходимой для решения поставленной задачи Знает принципы системного подхода и критической оценки. Умеет осуществлять поиск и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи. Умеет анализировать и синтезировать информацию, принимая решения</p>
	<p>ИУК-1.2 Вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации</p>	<p>Владеет механизмами поиска информации с применение современных технологий для решения поставленной задачи; Владеет методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них Умеет формировать собственное мнение и суждения; Умеет аргументировать свои выводы и точку зрения. Владеет способами разработки потенциальных вариантов решения поставленной задачи, оценки их преимуществ и недостатков; Владеет практическими навыками выбора оптимального способа решения задач.</p>
<p>УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p>	<p>ИУК-2.1 Понимает принципы проектного подхода к управлению</p>	<p>Знает общие принципы проектной деятельности в профессиональной деятельности; Знает значение проектной деятельности в профессиональной деятельности.</p>
	<p>ИУК-2.2 Демонстрирует способность управления проектом на всех этапах его жизненного цикла</p>	<p>Умеет планировать проектную деятельность для решения профессиональных задач; Умеет организовывать проектную деятельность для решения профессиональных задач Владеет технологиями организации проектной деятельности для решения профессиональных задач; Владеет системой управления проектной деятельности для решения профессиональных задач</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
<p>УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p>ИУК-3.1 Понимает и знает особенности формирования и руководства командой</p>	<p>Знает особенности и стратегии межличностных и групповых коммуникаций; Знает правила и нормы командной работы Знает сущность командных и личных интересов и особенности их согласования, критерии оценки информации; Знает основы профессиональной солидарности и корпоративности, понимание долга и чести. Умеет работать в команде; оценивать интересы участников командной работы; Умеет соблюдать правила и нормы поведения в организации. Умеет анализировать возможные последствия личных действий в командной работе; Умеет решать производственные вопросы на профессиональном уровне, найти контакт со всеми членами команды. Владеет навыками организации совместной работы в команде для достижения поставленной цели; Владеет навыками разрешения конфликтных ситуаций при работе в команде Владеет способностью определять свою роль в командной работе для достижения поставленной цели; Владеет способностью нести личную ответственность в командной работе.</p>
	<p>ИУК-3.2 Организует работу команды и обеспечивает разработку командной стратегии для выполнения поставленных задач</p>	
<p>УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>ИУК-4.1 Использует современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия на государственном и иностранном (ых) языке (ах)</p>	<p>Знает стиль деловых коммуникаций, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами; Знает технологии правильного построения деловых коммуникаций с использованием русского и иностранных языков. Знает лексико-грамматический минимум и этикетные формулы в устной и письменной деловой коммуникации; Знает правила оформления устной и письменной речи на иностранном языке. Умеет применять нормы и модели речевого поведения применительно к данной ситуации профессионального взаимодействия; Умеет выстраивать деловое общение в устной и письменной формах в стране(ах) изучаемого языка. Умеет применять нормы и модели речевого поведения применительно к данной ситуации профессионального взаимодействия;</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>Умеет выстраивать деловое общение в устной и письменной формах в стране(ах) изучаемого языка.</p> <p>Владеет эффективной устной и письменной коммуникации в процессе профессионального взаимодействия на русском и иностранном(-ых) языках;</p> <p>Владеет практическими навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах в стране(ах) изучаемого языка</p> <p>Владеет эффективной устной и письменной коммуникации в процессе профессионального взаимодействия на русском и иностранном(-ых) языках;</p> <p>Владеет практическими навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах в стране(ах) изучаемого языка</p>
<p>УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>ИУК-5.1 Имеет представление о влиянии разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>Знает культурные особенности и традиции различных социальных групп;</p> <p>Знает особенности межкультурного взаимодействия.</p> <p>Знает особенности влияния социальной среды на формирование личности и мировоззрения человека;</p> <p>Знает типы и причины коммуникативных проблем в межкультурном взаимодействии.</p> <p>Умеет выявлять возможные причины коммуникативных проблем в межкультурном взаимодействии; Умеет формулировать и аргументировать собственную мировоззренческую позицию в процессе межличностной коммуникации с учетом ее специфики</p> <p>Умеет выявлять обусловленные ВКР различием этических, философских, религиозных и ценностных систем межкультурного взаимодействия; Умеет применять систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления</p> <p>Владеет способностью вести межкультурную коммуникацию; Владеет способностью воспринимать разнообразие и культурные различия, принимать социальные и этические обязательства.</p> <p>Владеет способностью воспринимать разнообразие и культурные различия;</p> <p>Владеет способностью преодолевать коммуникативные проблемы в межкультурном взаимодействии</p>
	<p>ИУК-5.2 Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	
<p>УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной</p>	<p>ИУК-6.1 Определяет стимулы, мотивы и приоритеты собственной деятельности и цели</p>	<p>Знает виды ресурсов и их пределы, необходимые для успешного выполнения поставленных задач;</p> <p>Знает принципы и методы саморазвития и</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
<p>деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>карьерного роста</p>	<p>самообразования.</p> <p>Знает способы совершенствования профессиональной деятельности на основе непрерывного самообразования; Знает инструменты и методы управления личностными, временными и прочими ресурсами в ходе выполнения поставленных задач.</p> <p>Умеет выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития, основанную на принципах образования в течение всей жизни; Умеет проводить анализ профессиональной и личностной информации и использовать ее для повышения своей квалификации и личностных качеств.</p> <p>Умеет формулировать цели и задачи профессионального развития; оценивать собственные ресурсы и возможные ограничения при достижении целей;</p> <p>Умеет оценивать требования рынка труда и образовательных услуг для построения гибкой траектории собственного профессионального роста.</p> <p>Владеет навыками планирования профессиональной или иной траектории с учетом профессиональной деятельности;</p> <p>Владеет способами оценивания требований рынка труда и предложений образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста.</p> <p>Владеет способностью реализации поставленных задач при достижении намеченных целей деятельности с учетом личностных возможностей, карьерного роста, саморазвития и требований рынка труда;</p> <p>Владеет навыками определения приоритетов профессионального роста, личностного развития.</p>
	<p>ИУК-6.2 Реализует и корректирует стратегию личностного и профессионального развития на основе самооценки</p>	
<p>ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах;</p>	<p>ИОПК-1.1 Применяет знания экономической и управленческой теории при решении исследовательских задач в профессиональной сфере</p> <p>ИОПК-1.2 Применяет знания экономической и управленческой теории при решении практических задач управления торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и</p>	<p>Знает принципы формирования экономического мышления; методы сбора, обобщения и анализа экономической информации; основы культуры экономического мышления, принципы постановки стратегических и тактических целей и путей их достижения;</p> <p>различные методики, базирующиеся на модельных конструкциях, и расчётные формулы, применяемые при проведении маркетинговых исследований рынка, проектировании каналов распределения, формировании ценовой политики и изучении</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	административно-управленческой сферах	<p>поведения потребителей.</p> <p>Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на макро- и микро-уровне. Ставить и ранжировать цели по степени важности, выбирать направления и принципы их достижения, оценивать риски, возможности и степень их достижения</p> <p>Владеет навыками использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности, методами поиска информации по различным источникам.</p> <p>Приёмами и методами выработки и принятия управленческих решений в процессе реализации профессиональных задач на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>
ОПК-2 Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур;	ИОПК-2.1 Применяет инструментальные методы сбора, обработки и анализа больших объемов данных в деятельности торгово-коммерческих предприятий	<p>Знает сущность и значение информации для организации и осуществления профессиональной деятельности; основные методы и средства получения, хранения, переработки коммерческой информации;</p> <p>виды и требования к оформлению коммерческой документации.</p> <p>различные методики, базирующиеся на модельных конструкциях, и расчётные формулы, применяемые при проведении маркетинговых исследований рынка, проектировании каналов распределения, формировании ценовой политики и изучении поведения потребителей.</p> <p>Основы теоретического и экспериментального исследования</p> <p>основы построения, расчета и анализа системы показателей, характеризующих результативность и эффективность различных аспектов профессиональной деятельности.</p> <p>Методы представления социальных и экономических объектов и процессов в виде аналитической математической модели. Закономерности построения экономико-математических моделей, этапы, методы и средства моделирования; требования к модели; структуру и общую схему функционирования модели.</p> <p>Уметь: работать с массивом информационных данных; проводить обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью.</p> <p>Применять методы получения, хранения и переработки информации, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p> <p>Проектировать эксперименты, включая</p>
	ИОПК-2.2 Выявляет актуальные проблемы рыночного развития, определяет направления исследований, формулирует выводы и предложения в процессе стратегического планирования и координации деятельности торгово-коммерческих подразделений	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>проектирование имитационных обстановок, систем измерения и сбора, а также обработки информации; проводить эксперименты для принятия эффективных управленческих решений в профессиональной деятельности; обрабатывать и анализировать результаты экспериментов; разрабатывать рекомендации и усовершенствования по результатам экспериментов</p> <p>Владеет методами и средствами получения, хранения, переработки коммерческой информации;</p> <p>навыками работы и проверки правильности оформления технической документацией, необходимой в профессиональной деятельности. Навыками осуществления сбора, переработки, хранения информации и управления её, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p> <p>навыками построения математических моделей в ходе анализа или прогнозирования экономических объектов и бизнес-процессов, имеющих место в области профессиональной деятельности.</p> <p>Навыками проектирования экспериментов, проведения экспериментов, интерпретации и анализа результатов экспериментов с целью обоснования управленческих решений, необходимых для эффективного выполнения поставленных профессиональных задач.</p> <p>Методами расчета и анализа показателей эффективности и результативности процессов в рамках профессиональной деятельности.</p>
<p>ОПК-3 Способен критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения</p>	<p>ИОПК-3.1 Демонстрирует способность критически анализировать и оценивать результаты отечественных и зарубежных научных исследований торгово-коммерческой деятельности</p> <hr/> <p>ИОПК-3.2 Выявляет основные тенденции сферы обращения и обосновывает приоритетные направления развития коммерческой деятельности</p>	<p>Знает основные нормативные и правовые документы в области управления ассортиментом и качеством товаров и услуг; основные показатели качества и ассортимента товаров и услуг;</p> <p>дефекты товаров; порядок приемки и учета товаров по количеству и качеству. методы регулирования и контроля условий и сроков хранения товаров.</p> <p>Умеет управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение. Проводить приёмку товаров, оформлять забракованную продукцию, вести переговоры с поставщиками товаров.</p> <p>Прогнозировать спрос на отдельные виды товаров и услуг, уметь пользоваться информацией, полученной в ходе проведения маркетинговых и иных исследований, для формирования эффективной ассортиментной политики торговой организации.</p> <p>Осуществлять организацию процесса обслуживания покупателей на пред-приятиях торговли.</p> <p>Владеет методами и способами управление</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>ассортиментом и его оптимизацией на основе комплексного изучения потребительского рынка, способами осуществления мероприятий по организации контроля качества товаров и услуг, приемки и учета товаров по количеству и качеству. методикой диагностирования дефектов товаров.</p> <p>Навыками работы с торговым персоналом и обслуживания покупателей в местах продаж.</p>
<p>ОПК-4 Способен принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК-4.1 Использует подходы и инструменты экономического и финансового обоснования организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности</p>	<p>Знает современные формы организации торговли и методов продажи товаров. Сущность, значение и этапы проведения инвентаризации на торговом предприятии. Методы определения затрат материальных и трудовых ресурсов. Методами учёта потерь, нормами и правилами их списания.</p> <p>Умеет разрабатывать рациональные схемы планировки торговых залов, обеспечивать бесперебойное снабжение торговых предприятий, совершенствовать работу узлов расчета для эффективного управления торгово-технологическими процессами.</p> <p>Умеет проводить инвентаризацию и анализировать торговый ассортимент.</p> <p>Умеет списывать потери и предотвращать их возникновение, в т.ч. и путём эффективного управления торговым персоналом.</p> <p>Владеет навыками рационализации торгово-технологического процесса, на основе внедрения прогрессивных методов продажи товаров и обслуживания покупателей.</p> <p>Владеет аналитическими способностями с целью формирования оптимального торгового ассортимента на основе комплексного всестороннего анализа спроса и покупательских предпочтений.</p>
	<p>ИОПК-4.2 Формулирует тактические и стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности</p>	
<p>ОПК-5 Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач</p>	<p>ИОПК-5.1 Использует стандартный комплекс компьютерных программ и технологий для обработки и представления информации в управленческой деятельности</p>	<p>Знает структуру технической документации, используемой в профессиональной деятельности. Правила составления технической документации в сфере профессиональной деятельности.</p> <p>Знает сущность и значение информации для организации и осуществления профессиональной деятельности;</p> <p>основные методы и средства получения, хранения, переработки коммерческой информации;</p> <p>виды и требования к оформлению коммерческой документации.</p> <p>Умеет</p> <p>Составлять, проверять и анализировать техническую документацию, сопровождающую различные процессы в сфере профессиональной деятельности.</p> <p>Владеет навыками работы с технической документацией. Способностью составлять, проверять и анализировать содержание технической документации по вопросам профессиональной деятельности.</p>
	<p>ИОПК-5.2 Использует специализированное программное обеспечение и интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении профессиональных задач</p>	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>Умеет работать с массивом информационных данных; проводить обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью. Применять методы получения, хранения и переработки информации, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p> <p>Владеет методами и средствами получения, хранения, переработки коммерческой информации;</p> <p>навыками работы и проверки правильности оформления технической документацией, необходимой в профессиональной деятельности. Навыками осуществления сбора, переработки, хранения информации и управления её, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p>
<p>ПК-1 Способен осуществлять самостоятельные научные исследования по перспективным направлениям развития торгово-коммерческой деятельности</p>	<p>ИПК-1.1 Выявляет перспективные направления исследований, обосновывает актуальность темы исследования и составляет программу исследовательского проекта</p>	<p>Знает базовые модели потребительского поведения и принятия решений о покупке; внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие потребительских решений. Виды и инструменты маркетингово-коммуникационного комплекса торгового предприятия. Методы анализа маркетинговой информации и изучения рыночной конъюнктуры.</p> <p>Основные показатели качества и ассортимента товаров и услуг, дефекты товаров.</p> <p>Инновационные методы оценки качества товаров и идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации.</p> <p>Основные положения правовых нормативных документов в области стандартизации, метрологии, подтверждении соответствия.</p> <p>Умеет выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, а также их формировать.</p> <p>Определять границы целевых рынков фирмы и оценивать количественные и качественные параметры спроса на них;</p> <p>Разрабатывать и внедрять комплекс маркетинговых коммуникаций в деятельность торгового предприятия.</p> <p>проводить идентификацию товаров и выявлять фальсификацию с помощью современных методов исследования; использовать идентифицирующие признаки однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров, необходимые для установления их товарной принадлежности и определения рыночной стоимости;</p> <p>распознавать разные виды фальсификации. Владеет способностью определять наиболее важные целевые аудитории для фирмы и выбирать методы информационного</p>
	<p>ИПК-1.2 Выполняет самостоятельные научные исследования в соответствии с разработанной программой</p>	
	<p>ИПК-1.3 Представляет результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада</p>	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>воздействия на них. Набором инструментов по оценке эффективности осуществления маркетингового воздействия на целевую аудиторию. Методами изучения спроса и формирования спроса посредством инструментария маркетингово-коммуникационного комплекса. методами и способами идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации; правилами проведения идентификации для установления подлинности товара; методами и способами обнаружения фальсификации продовольственных и непродовольственных товаров на всех этапах товародвижения</p>
<p>ПК-2 Способен разрабатывать и реализовать маркетинговые программы торгового предприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>ИПК-2.1 Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальные активы (бренды) и управляет ими в торговой организации</p>	<p>Знает базовые модели потребительского поведения и принятия решений о покупке; внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие потребительских решений. Виды и инструменты маркетингово-коммуникационного комплекса торгового предприятия. Методы анализа маркетинговой информации и изучения рыночной конъюнктуры.</p>
	<p>ИПК-2.2 Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы ценообразования на предприятии и формирует ценовую политику в коммерческой организации</p>	<p>Умеет выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, а также их формировать.</p>
	<p>ИПК-2.3 Разрабатывает, внедряет и совершенствует систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в коммерческой организации</p>	<p>Определять границы целевых рынков фирмы и оценивать количественные и качественные параметры спроса на них; Разрабатывать и внедрять комплекс маркетинговых коммуникаций в деятельность торгового предприятия.</p>
	<p>ИПК-2.4 Разрабатывает, внедряет и совершенствует интегрированную систему маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации</p>	<p>Владеет Способностью определять наиболее важные целевые аудитории для фирмы и выбирать методы информационного воздействия на них. Набором инструментов по оценке эффективности осуществления маркетингового воздействия на целевую аудиторию. Методами изучения спроса и формирования спроса посредством инструментария маркетингово-коммуникационного комплекса.</p>
<p>ПК-3 Способен осуществлять стратегическое планирование коммерческой деятельности и маркетинговых кампаний в онлайн-среде</p>	<p>ИПК-3.1 Проводит переговоры с потенциальными заказчиками по формированию и реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде</p>	<p>Понимает место и значение стратегических решений в управлении организациями, знает состав и структуру внешней и внутренней среды бизнес-деятельности организации и понимать механизмы адаптации возможностей фирмы к требованиям рынка; знать логику и структуру процесса стратегического управления организацией, а также принципы распределения компетенций в разработке стратегических решений между различными подразделениями</p>
	<p>ИПК-3.2 Разрабатывает и анализирует систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в интернет-среде</p>	<p>Умеет Применять стандартные процедуры разработки, обоснования и реализации решений в стратегическом маркетинге; выявлять и анализировать основные факторы эффективности внутрикорпоративной среды,</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	ИПК-3.3 Разрабатывает комплексную маркетинговую стратегию продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде	<p>проводить систематический аудит внешних возможностей стратегического развития</p> <p>Умеет управлять персоналом торгового предприятий, осуществлять контроль за деятельностью персонала, мотивировать персонал на лучшее исполнение трудовых обязанностей. Планировать работу трудового коллектива. Проводить качественную оценку уровня знаний сотрудников торговой организации.</p> <p>Умеет формировать бюджеты рекламных кампаний</p> <p>Умеет настраивать рекламные кампании в социальных и контекстно-медийных сетях. Владеет навыками планирования, организации, мотивации и контроля работы персонала торгового предприятия. навыками командообразования, способностью брать на себя инициативу и ответственность, качествами лидера. готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами.</p> <p>Методами стратегического анализа внутренних резервов и внешних возможностей фирмы, методами разработки общекорпоративных и функциональных стратегий, базовыми навыками оценки ожидаемых результатов и эффективности принимаемых решений</p> <p>навыками самостоятельной разработки и реализации исследовательских проектов по проблемам управленческо-экономической деятельности в целом и по конкретным проблемам маркетинговой деятельности коммерческих предприятий в профессиональной сфере;</p> <p>основными количественными и качественными методами оценки и анализа маркетинговой информации для решения поставленной проблемы</p> <p>Формирует стратегии продвижения компании с помощью современных информационных технологий</p> <p>Настраивает и оценивает эффективность рекламных кампаний в сети интернет.</p>
	ИПК-3.4 Формирует и обосновывает бюджет проекта продвижения продукта, компании, сайта в интернет-среде	
	ИПК-3.5 Формирует систему контроля стратегии проекта по продвижению продукта, компании, сайта в интернет-среде	
	ИПК-3.6 Формирует отчетность о реализации стратегии проекта продвижения продукта, компании, сайта в интернет-сети	
ПК-4 Способен осуществлять организационно-управленческие функции по управлению и стимулированию торгового и маркетингового персонала в процессе реализации стратегии интернет-маркетинга	ИПК-4.1 Разрабатывает систему мотивации торгового и маркетингового персонала в цифровой среде	<p>Знает современные тенденции процессного подхода в управлении, сущность и содержание бизнес-процессов в сфере торговой и маркетинговой деятельности современного предприятия. Методы оценки эффективности бизнес-процессов. Основы документирования бизнес-процесса в коммерческой деятельности.</p> <p>Знает особенности функционирования рекламных систем</p> <p>Знает современные форму маркетинговых коммуникаций</p> <p>Подбирает инструменты маркетинговых коммуникаций для реализации стратегических задач торгового предприятия</p>
	ИПК-4.2 Формирует требования к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга	
	ИПК-4.3 Применяет инструменты управления и контроля персонала в интернет-торговле	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>Умеет анализировать эффективность реализации рекламных кампаний</p> <p>Умеет разделять профессиональную деятельность на отдельные бизнес-процессы с целью обеспечения прозрачности отдельных направлений профессиональной деятельности и своевременному обнаружению сбоев и проблемных мест. Определять показатели и индикаторы бизнес-процессов, составлять и контролировать соблюдение регламента конкретного бизнес-процесса. Анализировать результаты реализации отдельных этапов бизнес-процесса профессиональной деятельности и эффективности бизнес-процесса в целом.</p> <p>Владеет Управленческой способностью на основе процессного подхода, Способностью к выделению бизнес-процессов в профессиональной деятельности, их регламентации, навыками управления и методами оценки результатов завершения бизнес-процессов при решении профессиональных задач.</p> <p>Способностью принимать управленческие решения в рамках выделенных бизнес-процессов, прогнозировать и оценивать проектные риски и способностью принимать нестандартные решения для успешного завершения бизнес-процесса.</p> <p>Формирует стратегию продвижения торгового предприятия в офф-лайн и он-лайн среде</p> <p>Анализирует эффективность рекламных кампаний</p>

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание ГИА

2.1 Распределение трудоёмкости ГИА по видам работ

Общая трудоёмкость подготовки к процедуре защиты выпускной квалификационной работы составляет 2 зачетных единиц (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		очная		очно-заочная	заочная
		Х семестр (часы)	Х семестр (часы)	5 семестр (часы)	Х курс (часы)
Контактная работа, в том числе:	0,5			0,5	
Аудиторные занятия (всего):					
занятия лекционного типа					
лабораторные занятия					
практические занятия					
семинарские занятия					
Иная контактная работа:					

Руководство ВКР					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,5		0,5	
Самостоятельная работа, в том числе:		71,5		71,5	
Выполнение индивидуального задания по теме выпускной квалификационной работы (обоснование актуальности выбранной темы, обзор литературы, формулирование цели, задач, предмета, объекта, научной гипотезы и т.п.)					
Проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы					
Подготовка и написание выпускной квалификационной работы		50		50	
Подготовка к защите выпускной квалификационной работы (подготовка доклада по теме исследования, презентации, репетиция доклада)		21,5		21,5	
Общая трудоемкость	час.	72		72	
	в том числе контактная работа	0,5		0,5	
	зач. ед	2		2	

2.2 Содержание ГИА

По решению Учёного совета ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» государственная итоговая аттестация проводится в форме защиты 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.

2.3 Структура выпускной квалификационной работы и требования к ее содержанию

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

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

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

Содержательная структура ВКР включает:

- введение, в котором рассматриваются основное содержание и значение выбранной темы выпускной работы, показана ее актуальность на современном этапе социально-экономического развития России. При этом должны быть определены цели и задачи, которые ставит перед собой студент при выполнении работы;
- теоретическая часть, в которой студент должен показать знания имеющейся научной, учебной и нормативной литературы, в т.ч. на иностранном языке по выбранной тематике;

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

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

- список использованной литературы.

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

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

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

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

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

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

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

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, отражённый 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. д.

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

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

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

2.3.3 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

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

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

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

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

Информационные технологии, применяемые при подготовке к процедуре защиты выпускной квалификационной работы: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при подготовке к процедуре защиты ВКР – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
3	Выполнение самостоятельной работы	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического

	обучающихся	факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
4	Выполнение расчетно-графических заданий	Методические указания по выполнению расчетно-графических заданий. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
6	Написание и оформление выпускной квалификационной (бакалаврской) работы	Методические указания по написанию и оформлению выпускной квалификационной работы бакалавра. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
7	Написание и оформление выпускной квалификационной работы (дипломной работы)	Методические указания по написанию и оформлению выпускной квалификационной работы (дипломной работы). Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
8	Написание и оформление выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации)	Методические указания по написанию и оформлению выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации). Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya .

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

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:

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора	Результаты обучения	Наименование оценочного средства
1.	ИУК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как целостную систему, выявляя ее составляющие и связи между ними	Знает принципы и методы поиска необходимой информации. Знает методики постановки задачи и способы ее достижения Знает методы определения, интерпретирования и ранжирования информации, необходимой для решения поставленной задачи Знает принципы системного подхода и критической оценки. Умеет осуществлять поиск и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи. Умеет анализировать и синтезировать информацию, принимая решения Владеет механизмами поиска информации с применение современных технологий для решения поставленной задачи; Владеет методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них Умеет формировать собственное мнение и суждения; Умеет аргументировать свои выводы и точку зрения. Владеет способами разработки потенциальных вариантов решения поставленной задачи, оценки их преимуществ и недостатков; Владеет практическими навыками выбора оптимального способа решения задач.	– 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; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – доклад и презентация по материалам ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования; – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
2.	ИУК-1.2 Вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации		

3.	ИУК-2.1 Понимает принципы проектного подхода к управлению		<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; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – доклад и презентация по материалам ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования; – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
4.	ИУК-2.2 Демонстрирует способность управления проектом на всех этапах его жизненного цикла	<p>Знает общие принципы проектной деятельности в профессиональной деятельности; Знает значение проектной деятельности в профессиональной деятельности.</p> <p>Умеет планировать проектную деятельность для решения профессиональных задач; Умеет организовывать проектную деятельность для решения профессиональных задач</p> <p>Владеет технологиями организации проектной деятельности для решения профессиональных задач; Владеет системой управления проектной деятельности для решения профессиональных задач</p>	
5.	ИУК-3.1 Понимает и знает особенности формирования и руководства командой	<p>Знает особенности и стратегии межличностных и групповых коммуникаций;</p> <p>Знает правила и нормы командной работы</p> <p>Знает сущность командных и личных интересов и особенности их согласования, критерии оценки информации;</p> <p>Знает основы профессиональной солидарности и корпоративности, понимание долга и чести.</p> <p>Умеет работать в команде; оценивать интересы участников командной работы;</p> <p>Умеет соблюдать правила и нормы поведения в организации.</p> <p>Умеет анализировать</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; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации,
6.	ИУК-3.2 Организует работу команды и обеспечивает разработку командной стратегии для выполнения поставленных задач		

		<p>возможные последствия личных действий в командной работе;</p> <p>Умеет решать производственные вопросы на профессиональном уровне, найти контакт со всеми членами команды.</p> <p>Владеет навыками организации совместной работы в команде для достижения поставленной цели; Владеет навыками разрешения конфликтных ситуаций при работе в команде</p> <p>Владеет способностью определять свою роль в командной работе для достижения поставленной цели;</p> <p>Владеет способностью нести личную ответственность в командной работе.</p>	<p>представленных автором в практической части ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – доклад и презентация по материалам ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования; – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
7.	<p>ИУК-4.1 Использует современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия на государственном и иностранном (ых) языке (ах)</p>	<p>Знает стиль деловых коммуникаций, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами;</p> <p>Знает технологии правильного построения деловых коммуникаций с использованием русского и иностранных языков.</p> <p>Знает лексико-грамматический минимум и этикетные формулы в устной и письменной деловой коммуникации; Знает правила оформления устной и письменной речи на иностранном языке.</p> <p>Умеет применять нормы и модели речевого поведения применительно к данной ситуации профессионального взаимодействия;</p> <p>Умеет выстраивать деловое общение в устной и письменной формах в стране(ах) изучаемого языка.</p> <p>Умеет применять нормы и модели речевого поведения применительно к данной ситуации профессионального взаимодействия;</p> <p>Умеет выстраивать деловое общение в устной и письменной формах в стране(ах) изучаемого языка.</p> <p>Владеет эффективной устной и письменной коммуникации в процессе профессионального взаимодействия на русском и иностранном(-ых) языках;</p> <p>Владеет практическими навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах в</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; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – доклад и презентация по материалам ВКР;

		<p>стране(ах) изучаемого языка</p> <p>Владеет эффективной устной и письменной коммуникации в процессе профессионального взаимодействия на русском и иностранном(-ых) языках;</p> <p>Владеет практическими навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах в стране(ах) изучаемого языка</p>	<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.
8.	ИУК-5.1 Имеет представление о влиянии разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия	<p>Знает культурные особенности и традиции различных социальных групп;</p> <p>Знает особенности межкультурного взаимодействия.</p> <p>Знает особенности влияния социальной среды на формирование личности и мировоззрения человека;</p> <p>Знает типы и причины коммуникативных проблем в межкультурном взаимодействии.</p> <p>Умеет выявлять возможные причины коммуникативных проблем в межкультурном взаимодействии; Умеет формулировать и аргументировать собственную мировоззренческую позицию в процессе межличностной коммуникации с учетом ее специфики</p> <p>Умеет выявлять обусловленные ВКР различием этических, философских, религиозных и ценностных систем межкультурного взаимодействия; Умеет применять систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления</p> <p>Владеет способностью вести межкультурную коммуникацию; Владеет способностью воспринимать разнообразие и культурные различия, принимать социальные и этические обязательства.</p> <p>Владеет способностью воспринимать разнообразие и культурные различия;</p> <p>Владеет способностью преодолевать коммуникативные проблемы в межкультурном взаимодействии</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; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – доклад и презентация по материалам ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования; – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
9.	ИУК-5.2 Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия		
10.	ИУК-6.1 Определяет стимулы, мотивы и приоритеты собственной деятельности и цели карьерного роста	<p>Знает виды ресурсов и их пределы, необходимые для успешного выполнения поставленных задач;</p> <p>Знает принципы и методы саморазвития и самообразования.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической проработки проблемы исследования; – содержательное

11.	ИУК-6.2 Реализует и корректирует стратегию личностного и профессионального развития на основе самооценки	<p>Знает способы совершенствования профессиональной деятельности на основе непрерывного самообразования; Знает инструменты и методы управления личностными, временными и прочими ресурсами в ходе выполнения поставленных задач.</p> <p>Умеет выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития, основанную на принципах образования в течение всей жизни; Умеет проводить анализ профессиональной и личностной информации и использовать ее для повышения своей квалификации и личностных качеств.</p> <p>Умеет формулировать цели и задачи профессионального развития; оценивать собственные ресурсы и возможные ограничения при достижении целей;</p> <p>Умеет оценивать требования рынка труда и образовательных услуг для построения гибкой траектории собственного профессионального роста.</p> <p>Владеет навыками планирования профессиональной или иной траектории с учетом профессиональной деятельности;</p> <p>Владеет способами оценивания требований рынка труда и предложений образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста.</p> <p>Владеет способностью реализации поставленных задач при достижении намеченных целей деятельности с учетом личностных возможностей, карьерного роста, саморазвития и требований рынка труда;</p> <p>Владеет навыками определения приоритетов профессионального роста, личностного развития.</p>	<p>качество методической части ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – доклад и презентация по материалам ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования; – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
12.	ИОПК-1.1 Применяет знания экономической и управленческой теории при решении исследовательских задач в профессиональной сфере	<p>Знает принципы формирования экономического мышления; методы сбора, обобщения и анализа экономической информации; основы культуры экономического мышления, принципы постановки стратегических и тактических целей и путей их достижения;</p>	<ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической проработки проблемы исследования; – содержательное качество методической части ВКР;
13.	ИОПК-1.2 Применяет знания экономической и управленческой теории при решении практических задач управления торговой-экономической, торговой-организационной, торгово-технологической и административно-	<p>различные методики, базирующиеся на модельных конструкциях, и расчётные формулы, применяемые при проведении маркетинговых исследований рынка, проектировании каналов распределения, формировании ценовой политики и изучении поведения потребителей.</p> <p>Умеет анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на макро- и микро-уровне.</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,

	управленческой сферах	<p>Ставить и ранжировать цели по степени важности, выбирать направления и принципы их достижения, оценивать риски, возможности и степень их достижения</p> <p>Владеет навыками использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности, методами поиска информации по различным источникам. Приёмами и методами выработки и принятия управленческих решений в процессе реализации профессиональных задач на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>	<p>представленных автором в практической части ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – доклад и презентация по материалам ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования; – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
14.	ИОПК-2.1 Применяет инструментальные методы сбора, обработки и анализа больших объемов данных в деятельности торговых-коммерческих предприятий	<p>Знает сущность и значение информации для организации и осуществления профессиональной деятельности; основные методы и средства получения, хранения, переработки коммерческой информации;</p> <p>виды и требования к оформлению коммерческой документации.</p> <p>различные методики, базирующиеся на модельных конструкциях, и расчётные формулы, применяемые при проведении маркетинговых исследований рынка, проектировании каналов распределения, формировании ценовой политики и изучении поведения потребителей.</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;
15.	ИОПК-2.2 Выявляет актуальные проблемы рыночного развития, определяет направления исследований, формулирует выводы и предложения в процессе стратегического планирования и координации деятельности торговых-коммерческих подразделений	<p>Основы теоретического и экспериментального исследования основы построения, расчета и анализа системы показателей, характеризующих результативность и эффективность различных аспектов профессиональной деятельности.</p> <p>Методы представления социальных и экономических объектов и процессов в виде аналитической математической модели. Закономерности построения экономико-математических моделей, этапы, методы и средства моделирования; требования к модели; структуру и общую схему функционирования модели.</p> <p>Уметь: работать с массивом информационных данных; проводить обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – доклад и презентация по материалам ВКР;

		<p>Применять методы получения, хранения и переработки информации, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p> <p>Проектировать эксперименты, включая проектирование имитационных обстановок, систем измерения и сбора, а также обработки информации; проводить эксперименты для принятия эффективных управленческих решений в профессиональной деятельности;</p> <p>обрабатывать и анализировать результаты экспериментов; разрабатывать рекомендации и усовершенствования по результатам экспериментов</p> <p>Владеет методами и средствами получения, хранения, переработки коммерческой информации; навыками работы и проверки правильности оформления технической документацией, необходимой в профессиональной деятельности.</p> <p>Навыками осуществления сбора, переработки, хранения информации и управления её, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p> <p>навыками построения математических моделей в ходе анализа или прогнозирования экономических объектов и бизнес-процессов, имеющих место в области профессиональной деятельности.</p> <p>Навыками проектирования экспериментов, проведения экспериментов, интерпретации и анализа результатов экспериментов с целью обоснования управленческих решений, необходимых для эффективного выполнения поставленных профессиональных задач.</p> <p>Методами расчета и анализа показателей эффективности и результативности процессов в рамках профессиональной деятельности.</p>	<p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования;</p> <p>– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.</p>
16.	<p>ИОПК-3.1 Демонстрирует способность критически анализировать и оценивать результаты отечественных и зарубежных научных исследований торгово-коммерческой деятельности</p>	<p>Знает основные нормативные и правовые документы в области управления ассортиментом и качеством товаров и услуг;</p> <p>основные показатели качества и ассортимента товаров и услуг;</p> <p>дефекты товаров; порядок приемки и учета товаров по количеству и качеству.</p> <p>методы регулирования и контроля условий и сроков хранения товаров.</p>	<p>– уровень теоретической проработки проблемы исследования;</p> <p><input type="checkbox"/> содержательное качество методической части ВКР;</p> <p><input type="checkbox"/> наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;</p>
17.	<p>ИОПК-3.2 Выявляет основные тенденции сферы обращения и обосновывает приоритетные направления развития коммерческой деятельности</p>	<p>Умеет управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение.</p> <p>Проводить приёмку товаров, оформлять забракованную продукцию, вести переговоры с поставщиками товаров.</p> <p>Прогнозировать спрос на отдельные виды товаров и услуг, уметь пользоваться</p>	<p><input type="checkbox"/> комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;</p> <p><input type="checkbox"/> соответствие</p>

		<p>информацией, полученной в ходе проведения маркетинговых и иных исследований, для формирования эффективной ассортиментной политикой торговой организации.</p> <p>Осуществлять организацию процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли.</p> <p>Владеет методами и способами управление ассортиментом и его оптимизацией на основе комплексного изучения потребительского рынка, способами осуществления мероприятий по организации контроля качества товаров и услуг, приемки и учета товаров по количеству и качеству. методикой диагностирования дефектов товаров.</p> <p>Навыками работы с торговым персоналом и обслуживания покупателей в местах продаж.</p>	<p>оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов;</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – доклад и презентация по материалам ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования; – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
18.	ИОПК-4.1 Использует подходы и инструменты экономического и финансового обоснования организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности	<p>Знает современные формы организации торговли и методов продажи товаров.</p> <p>Сущность, значение и этапы проведения инвентаризации на торговом предприятии. Методы определения затрат материальных и трудовых ресурсов. Методами учёта потерь, нормами и правилами их списания.</p> <p>Умеет разрабатывать рациональные схемы планировки торговых залов, обеспечивать бесперебойное снабжение торговых предприятий, совершенствовать работу узлов расчета для эффективного управления торгово-технологическими процессами.</p> <p>Умеет проводить инвентаризацию и анализировать торговый ассортимент.</p> <p>Умеет списывать потери и предотвращать их возникновение, в т.ч. и путём эффективного управления торговым персоналом.</p> <p>Владеет навыками рационализации торгово-технологического процесса, на основе внедрения прогрессивных методов продажи товаров и обслуживания покупателей.</p> <p>Владеет аналитическими способностями с целью формирования оптимального торгового ассортимента на основе комплексного всестороннего анализа спроса и покупательских предпочтений.</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; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – наличие справки об использовании результатов или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – доклад и презентация по материалам ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте
19.	ИОПК-4.2 Формулирует тактические и стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности	<p>Умеет разрабатывать рациональные схемы планировки торговых залов, обеспечивать бесперебойное снабжение торговых предприятий, совершенствовать работу узлов расчета для эффективного управления торгово-технологическими процессами.</p> <p>Умеет проводить инвентаризацию и анализировать торговый ассортимент.</p> <p>Умеет списывать потери и предотвращать их возникновение, в т.ч. и путём эффективного управления торговым персоналом.</p> <p>Владеет навыками рационализации торгово-технологического процесса, на основе внедрения прогрессивных методов продажи товаров и обслуживания покупателей.</p> <p>Владеет аналитическими способностями с целью формирования оптимального торгового ассортимента на основе комплексного всестороннего анализа спроса и покупательских предпочтений.</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; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – наличие справки об использовании результатов или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – доклад и презентация по материалам ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте

			<p>исследования;</p> <ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
20.	<p>ИОПК-5.1 Использует стандартный комплекс компьютерных программ и технологий для обработки и представления информации в управленческой деятельности</p>	<p>Знает структуру технической документации, используемой в профессиональной деятельности.</p> <p>Правила составления технической документации в сфере профессиональной деятельности.</p> <p>Знает сущность и значение информации для организации и осуществления профессиональной деятельности;</p> <p>основные методы и средства получения, хранения, переработки коммерческой информации;</p> <p>виды и требования к оформлению коммерческой документации.</p> <p>Умеет</p> <p>Составлять, проверять и анализировать техническую документацию, сопровождающую различные процессы в сфере профессиональной деятельности.</p> <p>Владеет навыками работы с технической документацией. Способностью составлять, проверять и анализировать содержание технической документации по вопросам профессиональной деятельности.</p> <p>Умеет работать с массивом информационных данных; проводить обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью.</p> <p>Применять методы получения, хранения и переработки информации, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p> <p>Владеет методами и средствами получения, хранения, переработки коммерческой информации; навыками работы и проверки правильности оформления технической документацией, необходимой в профессиональной деятельности.</p> <p>Навыками осуществления сбора, переработки, хранения информации и управления её, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической проработки проблемы исследования; – содержательное качество методической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – доклад и презентация по материалам ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования; – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
21.	<p>ИОПК-5.2 Использует специализированное программное обеспечение и интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении профессиональных задач</p>		
22.	<p>ИПК-1.1 Выявляет перспективные направления исследований, обосновывает актуальность темы исследования и составляет программу исследовательского</p>	<p>Знает базовые модели потребительского поведения и принятия решений о покупке; внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие потребительских решений. Виды и инструменты маркетингово-коммуникационного комплекса торгового предприятия.</p> <p>Методы анализа маркетинговой информации и изучения рыночной</p>	<ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической проработки проблемы исследования; – содержательное качество методической части ВКР; – наличие квалифицированного

	проекта	<p>конъюнктуры.</p> <p>Основные показатели качества и ассортимента товаров и услуг, дефекты товаров.</p> <p>Инновационные методы оценки качества товаров и идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации.</p> <p>Основные положения правовых нормативных документов в области стандартизации, метрологии, подтверждении соответствия.</p> <p>Умеет выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, а также их формировать.</p> <p>Определять границы целевых рынков фирмы и оценивать количественные и качественные параметры спроса на них;</p> <p>Разрабатывать и внедрять комплекс маркетинговых коммуникаций в деятельность торгового предприятия. проводить идентификацию товаров и выявлять фальсификацию с помощью современных методов исследования; использовать идентифицирующие признаки однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров, необходимые для установления их товарной принадлежности и определения рыночной стоимости;</p> <p>распознавать разные виды фальсификации.</p> <p>Владеет способностью определять наиболее важные целевые аудитории для фирмы и выбирать методы информационного воздействия на них.</p> <p>Набором инструментов по оценке эффективности осуществления маркетингового воздействия на целевую аудиторию. Методами изучения спроса и формирования спроса посредством инструментария маркетингово-коммуникационного комплекса. методами и способами идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации;</p> <p>правилами проведения идентификации для установления подлинности товара; методами и способами обнаружения фальсификации продовольственных и непродовольственных товаров на всех этапах товародвижения</p>	<p>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>– соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов;</p> <p>– наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;</p> <p>– отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР;</p> <p>– доклад и презентация по материалам ВКР;</p> <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования;</p> <p>– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.</p>
23.	ИПК-1.2 Выполняет самостоятельные научные исследования в соответствии с разработанной программой		
24.	ИПК-1.3 Представляет результаты проведенного исследования научному сообществу в виде статьи или доклада		
25.	ИПК-2.1 Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальные активы (бренды) и управляет ими в торговой организации	<p>Знает базовые модели потребительского поведения и принятия решений о покупке; внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие потребительских решений. Виды и инструменты маркетингово-коммуникационного комплекса торгового предприятия.</p>	<p>– уровень теоретической проработки проблемы исследования;</p> <p>– содержательное качество методической части ВКР;</p>

26.	ИПК-2.2 Разрабатывает, внедряет и совершенствует системы ценообразования на предприятии и формирует ценовую политику в коммерческой организации	<p>Методы анализа маркетинговой информации и изучения рыночной конъюнктуры.</p> <p>Умеет выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, а также их формировать.</p> <p>Определять границы целевых рынков фирмы и оценивать количественные и качественные параметры спроса на них;</p>	<ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;
27.	ИПК-2.3 Разрабатывает, внедряет и совершенствует систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в коммерческой организации	<p>Разрабатывать и внедрять комплекс маркетинговых коммуникаций в деятельность торгового предприятия.</p> <p>Владеет Способностью определять наиболее важные целевые аудитории для фирмы и выбирать методы информационного воздействия на них.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
28.	ИПК-2.4 Разрабатывает, внедряет и совершенствует интегрированную систему маркетинговых коммуникаций в коммерческой организации	<p>Набором инструментов по оценке эффективности осуществления маркетингового воздействия на целевую аудиторию. Методами изучения спроса и формирования спроса посредством инструментария маркетингово-коммуникационного комплекса.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – доклад и презентация по материалам ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования; – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
29.	ИПК-3.1 Проводит переговоры с потенциальными заказчиками по формированию и реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде	<p>Понимает 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</p>	<ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической проработки проблемы исследования; – содержательное качество методической части ВКР;
30.	ИПК-3.2 Разрабатывает и анализирует систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в интернет-среде	<p>Умеет Применять стандартные процедуры разработки, обоснования и реализации решений в стратегическом маркетинге; выявлять и анализировать основные факторы эффективности внутрикорпоративной среды, проводить систематический аудит внешних возможностей стратегического развития</p>	<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;
31.	ИПК-3.3 Разрабатывает комплексную маркетинговую стратегию продвижения	<p>Умеет управлять персоналом торгового предприятий, осуществлять контроль за деятельностью персонала, мотивировать</p>	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие оформления ВКР требованиям методических

	благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде	персонал на лучшее исполнение трудовых обязанностей. Планировать работу трудового коллектива. Проводить качественную оценку уровня знаний сотрудников торговой организации. Умеет формировать бюджеты рекламных кампаний	указаний и стандартов; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;
32.	ИПК-3.4 Формирует и обосновывает бюджет проекта продвижения продукта, компании, сайта в интернет-среде	Умеет настраивать рекламные кампании в социальных и контекстно-медийных сетях.	– отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР;
33.	ИПК-3.5 Формирует систему контроля стратегии проекта по продвижению продукта, компании, сайта в интернет-среде	Владеет навыками планирования, организации, мотивации и контроля работы персонала торгового предприятия. навыками командообразования, способностью брать на себя инициативу и ответственность, качествами лидера. готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами.	– доклад и презентация по материалам ВКР;
34.	ИПК-3.6 Формирует отчетность о реализации стратегии проекта продвижения продукта, компании, сайта в интернет-сети	Методами стратегического анализа внутренних резервов и внешних возможностей фирмы, методами разработки общекорпоративных и функциональных стратегий, базовыми навыками оценки ожидаемых результатов и эффективности принимаемых решений навыками самостоятельной разработки и реализации исследовательских проектов по проблемам управленческо-экономической деятельности в целом и по конкретным проблемам маркетинговой деятельности коммерческих предприятий в профессиональной сфере; основными количественными и качественными методами оценки и анализа маркетинговой информации для решения поставленной проблемы Формирует стратегии продвижения компании с помощью современных информационных технологий Настраивает и оценивает эффективность рекламных кампаний в сети интернет.	– 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.
35.	ИПК-4.1 Разрабатывает систему мотивации торгового и маркетингового персонала в цифровой среде	Знает современные тенденции процессного подхода в управлении, сущность и содержание бизнес-процессов в сфере торговой и маркетинговой деятельности современного предприятия. Методы оценки эффективности бизнес-процессов. Основы документирования бизнес-процесса в коммерческой деятельности.	– уровень теоретической проработки проблемы исследования;
36.	ИПК-4.2 Формирует требования к составу и квалификации специалистов подразделений онлайн-торговли и интернет-маркетинга	Знает особенности функционирования рекламных систем Знает современные форму маркетинговых коммуникаций	– содержательное качество методической части ВКР;
37.	ИПК-4.3 Применяет инструменты управления и контроля персонала в интернет-торговле	Подбирает инструменты маркетинговых коммуникаций для реализации стратегических задач торгового предприятия Умеет анализировать эффективность реализации рекламных кампаний Умеет разделять профессиональную деятельность на отдельные бизнес-процессы с целью обеспечения	– наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – соответствие оформления ВКР

	<p>прозрачности отдельных направлений профессиональной деятельности и своевременному обнаружению сбоев и проблемных мест. Определять показатели и индикаторы бизнес-процессов, составлять и контролировать соблюдение регламента конкретного бизнес-процесса. Анализировать результаты реализации отдельных этапов бизнес-процесса профессиональной деятельности и эффективности бизнес-процесса в целом. Владеет Управленческой способностью на основе процессного подхода, Способностью к выделению бизнес-процессов в профессиональной деятельности, их регламентации, навыками управления и методами оценки результатов завершения бизнес-процессов при решении профессиональных задач. Способностью принимать управленческие решения в рамках выделенных бизнес-процессов, прогнозировать и оценивать проектные риски и способностью принимать нестандартные решения для успешного завершения бизнес-процесса. Формирует стратегию продвижения торгового предприятия в офф-лайн и он-лайн среде</p> <p>Анализирует эффективность рекламных кампаний</p>	<p>требованиям методических указаний и стандартов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – доклад и презентация по материалам ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования; – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
--	--	---

Показатели оценки выпускной квалификационной работы

Оценка (шкала оценивания)	Описание показателей
Продвинутый уровень – оценка отлично	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
Повышенный	Содержание темы раскрыто полностью, освещена история вопроса,

<p>уровень – оценка хорошо</p>	<p>представлен анализ его современного состояния, но авторский вклад и оригинальность мышления отражаются не полностью. В работе присутствуют некоторые результаты авторского анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, не чётко сформулированы проблемы маркетинговой деятельности. Методическая часть ВКР отражает незначительную часть передовых методик по изучению раскрываемой темы ВКР. Выводы и рекомендации выпускника, представленные в практической части актуальны и обоснованы, однако обозначенные в ВКР проблемы, имеющие место на объекте исследования решают не в полной мере. Авторский вклад незначителен. Имеются некоторые отклонения от требований методических указаний. Имеется справка о внедрении предложений и рекомендаций выпускника в практику конкретного предприятия. Имеются положительные отзывы научного руководителя и рецензента. Доклад выпускника полностью раскрывает содержание ВКР, презентация отсутствует либо её содержание не соответствует докладу. Студент предоставил ответы на все вопросы членов ГЭК, но с некоторыми затруднениями. Выпускник принимал участие в конференциях и конкурсах (внутренних и внешних, в т.ч. международных). Наличие одной и более публикации по теме ВКР</p>
<p>Базовый (пороговый) уровень – оценка удовлетворительно</p>	<p>Содержание темы раскрыто фрагментарно, авторский вклад незначителен, оригинальность мышления не находит своего отражения. В работе присутствуют некоторые результаты авторского анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, однако не обозначены маркетинговые проблемы объекта исследования, либо проблемы не четко сформулированы и не охарактеризованы. Методики по изучению раскрываемой темы, отражённые в методической части ВКР, носят фрагментарный характер, не являются передовыми. Выводы и рекомендации выпускника, представленные в практической части, не актуальны и не решают обозначенные в ВКР проблемы, имеющие место на объекте исследования. Авторский вклад незначителен. Имеются многочисленные отклонения от требований методических указаний. Не имеется справка о внедрении предложений и рекомендаций выпускника в практику конкретного предприятия. В отзывах научного руководителя и рецензента имеются замечания по содержанию работы и методике исследования. Доклад выпускника раскрывает содержание ВКР не в полной мере, презентация отсутствует либо её содержание не соответствует докладу. Студент предоставил не полные и не содержательные ответы на вопросы членов ГЭК либо ответил не на все вопросы. Выпускник принимал участие в конференциях и конкурсах (внутренних и внешних, в т.ч. международных). Отсутствие публикаций по теме ВКР</p>
<p>Недостаточный уровень – оценка неудовлетворительно</p>	<p>Раскрытие 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</p>

	<p>методических указаний Не имеется справка о внедрении предложений и рекомендаций выпускника в практику конкретного предприятия. В отзывах научного руководителя и рецензента имеются серьезные критические замечания. Доклад выпускника не раскрывает содержание ВКР, презентация отсутствует. Студент затруднялся отвечать на вопросы членов ГЭК. Выпускник не принимал участие в конференциях и конкурсах (внутренних и внешних, в т.ч. международных). Отсутствие публикаций по теме ВКР</p>
--	---

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

По окончании закрытого заседания возобновляется публичное открытое заседание комиссии, на которое вместе со студентами приглашаются все желающие. Председатель кратко подводит итоги, объявляет оценки по защищенным на данном заседании выпускным квалификационным работам и другие результаты, в том числе о присуждении (не присуждении) каждому выпускнику искомой степени (квалификации), о выдаче дипломов с отличием и др.

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

5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная литература

1. Костецкий А.Н. Маркетинг: ключевые темы: учеб. пособие / А.Н. Костецкий. – Краснодар: КубГУ, 2016. 50 экз.

2. Котлер Ф. Основы маркетинга [Текст] = Principles of marketing / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Дж. Сондерс; [пер. с англ.]. - 5-е европейское изд. - Москва: Вильямс, 2018. - 751 с. : ил. 80 экз

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. 97 экз.

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. 15 экз.

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://urait.ru/book/marketing-dlya-professionalov-prakticheskiy-kurs-406757>.

б) дополнительная литература:

1. Кумар, Нирмалия. Маркетинг как стратегия [Текст] = Marketing as Strategy : роль генерального директора в интенсивном развитии компании и внедрении инноваций / Нирмалия Кумар ; авт. предисл. к рус. изд. И. Липсиц ; науч. ред. О. Ойнер; [пер. А. Нестеров] . - М. : Претекст, 2011. - 342 с. : ил. 5

2. Маркетинговые показатели [Текст] = Marketing Metrics: более 50 показателей, которые важно знать каждому руководителю / П. У. Фэррис, Н. Т. Бендл, Ф. И. Пфайфер,

Д. Дж. Рейбштейн; пер. с англ. А. А. Шамрай; под науч. ред. И. В. Тараненко. - Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2009. - 445 с. : ил. 3 экз.

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. 17 экз.

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. 20 экз.

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. 14 экз.

9. Кузьмина, О. Г. Бренд-менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.Г. Кузьмина. - М. : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 176 с. - URL: <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. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=278885>.

11. Данько, Т. П. Управление маркетингом: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 521 с. URL: <https://urait.ru/book/upravlenie-marketingom-412914>

12. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга: учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова; под общ. ред. Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 164 с. URL: <https://urait.ru/book/sovremennyye-modeli-marketinga-415979>.

5.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>
3. «Маркетинг». Периодический журнал.
4. «Маркетинг в России и за рубежом». Периодический журнал. <http://www.mavriz.ru/>
5. «Маркетинг и маркетинговые исследования». «Издательский дом Гребенникова»
6. «Практический маркетинг»
7. Российский журнал менеджмента. <http://www.rjm.ru/>
8. Журнал «Медиа Профи». Режим доступа: <http://www.mediaprofile-online.ru/tema.php?page=1>
9. Ежедневная интернет-газета «Новости телекоммуникаций, вещания и ИТ». Режим доступа: <http://www.comnews.ru/lastnews/>

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect www.sciencedirect.com

4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
12. Springer Nature Protocols and Methods <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
17. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>

3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru>;
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

6. Методические указания для обучающихся по подготовке к процедуре защиты выпускной квалификационной работ

Цель методических рекомендаций по самостоятельной работе обучающихся при подготовке к ВКР – определить роль и место самостоятельной работы обучающихся при подготовке к ВКР; конкретизировать ее уровни, формы и виды; обобщить методы и приемы выполнения ВКР; объяснить критерии оценивания.

Самостоятельная работа обучающихся (СР) при подготовке к ВКР является одной из основных форм внеаудиторной работы при реализации ВКР, так как способствует развитию самостоятельности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Самостоятельная работа – это познавательная деятельность, когда последовательность мышления обучающегося при подготовке ВКР, его умственных и практических операций и действий зависит и определяется самим обучающимся. Студент в процессе подготовки к ВКР должен не только освоить учебные программы, но и приобрести навыки планирования и выполнения самостоятельной работы.

Целью самостоятельной работы при подготовке к ВКР является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

При подготовке ВКР экономического факультета КубГУ практикуются следующие виды самостоятельной работы обучающихся:

- выполнение индивидуального задания по теме выпускной квалификационной работы (обоснование актуальности выбранной темы, обзор литературы, формулирование цели, задач, предмета, объекта, научной гипотезы и т.п.);
- проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы;
- подготовка и написание выпускной квалификационной работы;
- подготовка к защите выпускной квалификационной работы (подготовка доклада по теме исследования, презентации, репетиция доклада).

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.

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, прочесть 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 аудиторию, 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.

7. Материально-техническое обеспечение ГИА

Для подготовки к процедуре защиты выпускной квалификационной работ обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

<p>Помещения для групповых и индивидуальных консультаций (ауд. 206 А)</p>	<p>Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)</p>	<p>Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus</p>
---	---	--

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 «Торговое дело»,
направленность (профиль) «Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой
среде»**

1. Разработка стратегии продвижения инновационного продукта с использованием инструментов digital-маркетинга
2. Формирование стратегии развития интернет-маркетинга и онлайн-торговли розничного торгового предприятия на основе цифровых сервисов
3. Планирование и маркетинговое обоснование стратегии имиджевой коммуникации организации в сети Интернет (на примере конкретного предприятия)
4. Совершенствование маркетинговой стратегии предприятия на рынке (название продукции) на основе внедрения цифровых технологий
5. Разработка стратегии социально-ответственного маркетинга и продвижение концепции устойчивого развития в современных условиях функционирования российского рынка (на примере конкретной компании)
6. Реализация проекта по реинжинирингу бизнес-процессов предприятия при внедрении компонентов электронного бизнеса
7. Исследование методов и моделей стратегического управления предприятия в условия цифровой трансформации бизнеса (на примере конкретного предприятия)
8. Разработка стратегии продвижения инновационного продукта с использованием инструментов digital-маркетинга
2. Формирование стратегии развития интернет-маркетинга и онлайн-торговли розничного торгового предприятия на основе цифровых сервисов
3. Планирование и маркетинговое обоснование стратегии имиджевой коммуникации организации в сети Интернет (на примере конкретного предприятия)
4. Совершенствование маркетинговой стратегии предприятия на рынке (название продукции) на основе внедрения цифровых технологий
5. Разработка стратегии социально-ответственного маркетинга и продвижение концепции устойчивого развития в современных условиях функционирования российского рынка (на примере конкретной компании)
6. Реализация проекта по реинжинирингу бизнес-процессов предприятия при внедрении компонентов электронного бизнеса
7. Исследование методов и моделей стратегического управления предприятия в условия цифровой трансформации бизнеса (на примере конкретного предприятия)
9. Формирование стратегии продвижения товара с использованием инструментов онлайн-торговли
10. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия на основе реализации программы лояльности в сети Интернет
11. Совершенствование сбытовой политики предприятия на основе формирования распределительных систем в онлайн-торговле
12. Совершенствование стратегии позиционирования торгового предприятия в онлайн-среде (на примере конкретного предприятия)
13. Разработка направлений совершенствования деятельности компании на основе использования каналов товародвижения в сети Интернет
14. Разработка маркетинговой стратегии в цифровой среде.
15. Разработка стратегии цифровой трансформации взаимодействия с клиентами.
16. Маркетинговая логистика в деятельности компании онлайн-торговли.

17. Формирование стратегии контент-маркетинга и анализ ее эффективности.
18. Адаптация маркетинговой стратегии под условия цифровизации бизнеса.
19. Исследование механизмов принятия решений о покупке потребителями в онлайн-среде.
20. Анализ конкурентоспособности компании в цифровой среде.
21. Разработка маркетинговой стратегии фирмы при выходе на рынок интернет-торговли.
22. Совершенствование стратегии позиционирования компании с использованием digital-инструментов.
23. Формирование стратегии продвижения на основе интеграции традиционных и digital-инструментов.
24. Совершенствование маркетинговой стратегии компании на основе омниканального подхода.
25. Формирование стратегического плана маркетинга компании в условиях цифровизации бизнеса.
26. Разработка и обоснование направлений повышения эффективности маркетинговой деятельности на основе аналитики данных.
27. Исследование цифровой трансформации отраслевых рынков и маркетинговых стратегий.
28. Модель потребительского поведения на рынках товаров и услуг: идентификация особенностей в цифровой среде.
29. Совершенствование маркетинговой стратегии взаимоотношений с клиентами на основе внедрения CRM –системы
30. Выбор и обоснование решений по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия на базе использования веб-аналитики
31. Пути повышения эффективности рекламы за счет использования медийных личностей
32. Совершенствование маркетинговой стратегии предприятия на базе использования технологий интернет- маркетинга
33. Разработка и обоснование продуктовой стратегии предприятия с использованием методов анализа больших данных (BIG DATA)
34. Анализ и совершенствование сбытовой стратегии организации за счет улучшения методики выбора прайс-агрегаторов и маркетплейсов

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Кафедра маркетинга и торгового дела

Допущена к защите в ГАК
«...».....2021 г.
зав. кафедрой маркетинга
и торгового дела
_____А.Н. Костецкий

**ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГА И АНАЛИЗ
ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ**

Выпускная квалификационная работа

Работу выполнил	Кузнецов Р.А.
Факультет экономический	
Направление бакалавриата 38.04.06 «Торговое дело»	
Научный руководитель	
канд. экон. наук, доцент	Костецкий А.Н.
Нормоконтролер	Костецкий А.Н.

Краснодар 2021