

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



Т. А. Хагуров

«28» мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
Б3.01.01 ПОДГОТОВКА К ПРОЦЕДУРЕ ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ
КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Направление подготовки/специальность: 38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность (профиль)/специализация: все профили

Форма обучения: очная, очно-заочная

Квалификация: БАКАЛАВР

Краснодар 2021

Рабочая программа подготовки к процедуре защиты выпускной квалификационной работы составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.06 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 подготовки к процедуре 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 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), уровня сформированности универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций и степени готовности выпускника к выполнению профессиональных задач.

1.2 Задачи ГИА

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

1.3 Место ГИА в структуре образовательной программы

Подготовка к процедуре 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 38.03.06 Торговое дело и завершается присвоением квалификации «бакалавр».

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.

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 «электронная коммерция и интернет-маркетинг»

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный	ИУК-1.1 Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результаты анализа поставленной	Знает принципы и методы поиска необходимой информации. Знает методики постановки задачи и способы ее достижения Умеет осуществлять поиск и критически

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
<p>подход для решения поставленных задач</p>	<p>задачи</p>	<p>анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи. Умеет анализировать и синтезировать информацию, принимая решения</p> <p>Владеет механизмами поиска информации с применение современных технологий для решения поставленной задачи;</p> <p>Владеет методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них</p>
	<p>ИУК-1.2 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор</p>	<p>Знает методы определения, интерпретирования и ранжирования информации, необходимой для решения поставленной задачи</p> <p>Знает принципы системного подхода и критической оценки.</p> <p>Умеет формировать собственное мнение и суждения; Умеет аргументировать свои выводы и точку зрения.</p> <p>Владеет способами разработки потенциальных вариантов решения поставленной задачи, оценки их преимуществ и недостатков;</p> <p>Владеет практическими навыками выбора оптимального способа решения задач.</p>
<p>УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>ИУК-2.1 Понимает сущность правовых норм, цели и задачи нормативных правовых актов</p>	<p>Знает сущность и содержание системы законодательства; Знает принципы формирования задач в соответствии с действующими законодательными нормами</p> <p>Умеет четко представлять сущность, характер и взаимосвязь правовых явлений; Умеет четко представлять основные проблемы обеспечения соблюдения законодательства в профессиональной деятельности</p> <p>Владеет навыками анализа правовой действительности;</p> <p>Владеет навыками принятия решений с целью обеспечения соблюдения законодательства в профессиональной деятельности</p>
	<p>ИУК-2.2 Осуществляет поиск необходимой правовой информации для решения профессиональных задач</p>	<p>Знает основы действующих правовых норм, оказывающих регулирующее действие на осуществление профессиональной деятельности;</p> <p>Знает способы решения</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>поставленных задач в соответствии с действующими законодательными нормами</p> <p>Умеет пользоваться навыками поиска, анализировать и использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; Умеет устанавливать круг задач, достигать поставленных целей в рамках правовых норм.</p> <p>Владеет теоретическими знаниями в объеме, позволяющем использовать и составлять нормативные правовые документы в сфере своей профессиональной деятельности;</p> <p>Владеет способностью выбора оптимального варианта решения профессиональных задач</p>
	<p>ИУК-2.3</p> <p>Использует принципы проектной деятельности для решения профессиональных задач</p>	<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>
	<p>ИУК-2.4</p> <p>Выбирает оптимальный способ решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария</p>	<p>Знает способы решения типичных задач и критерии оценки ожидаемых результатов;</p> <p>Знает критерии оценки ожидаемых результатов</p> <p>Умеет обосновывать варианты решений поставленных задач в профессиональной деятельности; Умеет оценивать возможные риски при решении поставленных задач на основе проектного инструментария</p> <p>Владеет способностью выбора оптимального варианта решения поставленной задачи исходя из имеющихся ресурсов, ограничений;</p> <p>Владеет способностью оценивать возможные риски при решении поставленных задач на основе проектного инструментария</p>
<p>УК-3 Способен осуществлять</p>	<p>ИУК-3.1</p> <p>Понимает основные</p>	<p>Знает особенности и стратегии межличностных и групповых</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
<p>социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>аспекты межличностных и групповых коммуникаций; соблюдает нормы и установленные правила поведения в организации</p>	<p>коммуникаций; Знает правила и нормы командной работы Умеет работать в команде; оценивать интересы участников командной работы; Умеет соблюдать правила и нормы поведения в организации. 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 Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует командную работу</p>	<p>Знает сущность командных и личных интересов и особенности их согласования, критерии оценки информации; Знает основы профессиональной солидарности и корпоративности, понимание долга и чести. 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</p>
<p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>ИУК-4.1 Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка</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. 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. Владеет эффективной устной и письменной коммуникации в процессе профессионального взаимодействия на русском и иностранном(-ых) языках; Владеет практическими навыками деловой коммуникации в</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		устной и письменной формах в стране(ах) изучаемого языка
	<p>ИУК-4.2 Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах)</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. Умеет понимать диалогическую и монологическую речь в сфере деловой коммуникации; Умеет вести иноязычную коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении с учетом правил речевого этикета. Владеет умениями осуществлять устное и письменное общение на изучаемом языке в соответствии с его особенностями; Владеет умениями воспринимать, понимать, осмысливать и воспроизводить информацию делового характера.</p>
	<p>ИУК-4.3 Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами</p>	<p>Знает стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами; Знает принципы деловой коммуникации в устной и письменной формах. Умеет выбирать стиль и дополнительные вопросы средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами; Умеет использовать диалог в общении для сотрудничества в деловой коммуникации Владеет способностью выбирать и адаптировать речь, стиль общения от цели и условий партнерства; Владеет способностью выбирать язык жестов в зависимости от цели и условий партнерства.</p>
<p>ИУК-4.4 Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах</p>	<p>Знает теоретические аспекты и особенности ведения переговоров, совещаний; Знает теоретические аспекты и особенности ведения официальной деловой переписки в социальной и профессиональной сферах. Умеет организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникаций; Умеет составлять</p>	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>официальные деловые письма в социальной и профессиональной сферах</p> <p>Владеет навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении;</p> <p>Владеет навыками перевода профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно</p>
<p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>ИУК-5.1</p> <p>Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества в этическом и философском контекстах</p>	<p>Знает культурные особенности и традиции различных социальных групп;</p> <p>Знает особенности межкультурного взаимодействия.</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>ИУК-5.2</p> <p>Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний</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>Владеет способностью воспринимать разнообразие и культурные различия;</p> <p>Владеет способностью преодолевать коммуникативные проблемы в межкультурном взаимодействии</p>
	<p>ИУК-5.3</p> <p>Анализирует историю России в контексте мирового исторического развития</p>	<p>Знает основные события и особенности истории России с древнейших времен до наших дней в контексте мирового исторического развития;</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>Знает историю становления и развития государственности. Умеет выявлять закономерности исторического развития России в контексте всемирной истории; Умеет определять особенности основных этапов эволюции государственности Владеет навыками анализа особенностей исторического развития России в контексте всемирной истории; Владеет навыками определения особенностей основных этапов эволюции государственности.</p>
	<p>ИУК-5.4 Критически анализирует историческое наследие и социокультурные традиции на основе исторических знаний</p>	<p>Знает основные нормы, правила межкультурного взаимодействия в современном обществе; Знает модели межкультурного взаимодействия в современном обществе Умеет конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач; Умеет уважительно относиться к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп Владеет навыками саморазвития; Владеет навыками взаимодействия с различными социальными группами</p>
<p>УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>ИУК-6.1 Понимает необходимость осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования</p>	<p>Знает виды ресурсов и их пределы, необходимые для успешного выполнения поставленных задач; Знает принципы и методы саморазвития и самообразования. 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. Владеет способностью реализации поставленных задач при достижении намеченных целей деятельности с учетом личностных возможностей, карьерного роста, саморазвития и требований рынка</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>труда;</p> <p>Владеет навыками определения приоритетов профессионального роста, личностного развития.</p>
	<p>ИУК-6.2</p> <p>Планирует траекторию саморазвития, определяет ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личностные ресурсы</p>	<p>Знает способы совершенствования профессиональной деятельности на основе непрерывного самообразования;</p> <p>Знает инструменты и методы управления личностными, временными и прочими ресурсами в ходе выполнения поставленных задач.</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>УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>ИУК-7.1</p> <p>Понимает влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний</p>	<p>Знает нормы здорового образа жизни и роль физической культуры в достижении профессиональных успехов;</p> <p>Знает технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом условий реализации профессиональной деятельности, а также физиологических особенностей организма</p> <p>Умеет поддерживать уровень физической готовности для успешного карьерного роста;</p> <p>Умеет планировать свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности.</p> <p>Владеет навыками здорового образа жизни и следовать им в повседневной жизни;</p> <p>Владеет навыками соблюдения</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		и пропагандирования норм здорового образа жизни в профессиональной и социальной деятельности
	<p align="center">ИУК-7.2</p> <p align="center">Выполняет индивидуально подобранные комплексы оздоровительной или адаптивной физической культуры</p>	<p>Знает свой организм и как быть к чутким к его запросам;</p> <p>Знает параметры физических и интеллектуальных затрат по достижению успехов в профессиональной деятельности.</p> <p>Умеет соизмерять показатели физического развития и физической готовности;</p> <p>Умеет выбирать здоровьесберегающие технологии для реализации себя в профессиональной деятельности</p> <p>Владеет физическими и ментальными навыками повседневного поддержания здорового образа жизни; Владеет навыками выбора здоровьесберегающих технологий для реализации себя в профессиональной деятельности</p>
<p align="center">УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</p>	<p align="center">ИУК-8.1</p> <p align="center">Осуществляет выбор способов поддержания безопасных условий жизнедеятельности, методов и средств защиты человека при возникновении опасных или чрезвычайных ситуаций, в том числе военных конфликтов</p>	<p>Знает виды негативных факторов производственной среды, их свойства, источники и причины возникновения;</p> <p>Знает основы правового регулирования безопасности жизнедеятельности в области охраны окружающей среды, охраны труда в чрезвычайных ситуациях.</p> <p>Умеет прогнозировать возможные риски возникновения опасных и чрезвычайных ситуаций в организации;</p> <p>Умеет находить методы и средства защиты от них и выбирать способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности</p> <p>Владеет методами управления коллективом при возникновении опасных и чрезвычайных ситуациях;</p> <p>Владеет методикой планирования и организации мероприятий по защите рабочих организации и населения от негативных факторов в чрезвычайных ситуациях</p>
	<p align="center">ИУК-8.2</p> <p align="center">Демонстрирует приемы оказания первой помощи пострадавшему</p>	<p>Знает основы первой медицинской помощи пострадавшему, методы защиты при чрезвычайных ситуациях; Знает факторы вредного влияния элементов на окружающую среду.</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>Умеет в теории и на практике применять знания о методах защиты при чрезвычайных ситуациях, оказать первую медицинскую помощь при травмах и других непредвиденных чрезвычайных ситуациях; Умеет идентифицировать опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой профессиональной деятельности.</p> <p>Владеет основными методами защиты в условиях чрезвычайной ситуации;</p> <p>Владеет основными приемами медицинской помощи, алгоритмом действия при принятии решений в чрезвычайной ситуации</p>
<p>УК-9 Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах</p>	<p>ИУК-9.1 Реализует базовые дефектологические знания в профессиональной и социальной сферах в процессе взаимодействия с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами</p>	<p>Знает базовые дефектологические термины и компоненты в социальной и профессиональной сферах; Знает роль и место адаптивной экономической науки.</p> <p>Умеет применять базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах;</p> <p>Умеет планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами</p> <p>Владеет навыками применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах</p> <p>Владеет навыками взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.</p>
<p>УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>ИУК-10.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики, их влияние на индивида и поведение экономических агентов</p>	<p>Знает основные принципы экономического анализа при принятии решения; Знает основы поведения экономических агентов</p> <p>Умеет воспринимать и темы исследования анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений;</p> <p>Умеет использовать методы экономического планирования для достижения поставленных целей</p> <p>Владеет методами анализа экономических процессов и явлений;</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>Владеет навыками применения экономических инструментов. Знает основные документы, регламентирующие экономическую деятельность</p>
	<p>ИУК-10.2 Принимает обоснованные экономические решения на основе инструментария управления личными финансами</p>	<p>Знает механизмы получения и увеличения личных финансов, основные финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами. Умеет использовать финансовые инструменты для управления личными финансами; Умеет обосновывать принятие экономических решений Владеет способностью применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей; Владеет способностью контролировать собственные экономические и финансовые риски</p>
<p>УК-11 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению</p>	<p>ИУК-11.1 Понимает сущность коррупционного поведения и определяет свою активную гражданскую позицию по противодействию коррупции исходя из действующих правовых норм</p>	<p>Знает основной понятийный аппарат гражданского права, используемый в антикоррупционном законодательстве, действующее антикоррупционное законодательство и практику его применения; Знает способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней. Умеет правильно толковать понятийный аппарат, используемый в действующих правовых норм по противодействию коррупции; Умеет планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме</p> <p>Владеет навыками оценивания коррупционного поведения и применения на практике антикоррупционного законодательства; Владеет навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции.</p>
<p>ОПК-1 Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и</p>	<p>ИОПК-1.1 Применяет знания общей экономической теории при анализе и решении оперативных и тактических задач прикладного</p>	<p>Знает принципы формирования экономического мышления; методы сбора, обобщения и анализа экономической информации; основы культуры экономического мышления,</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
<p>тактических задач в торгово-экономической, торгово- организационной, торгово- технологической и административно- управленческой сферах;</p>	<p>характера в профессиональной сфере</p>	<p>принципы постановки стратегических и тактических целей и путей их достижения; 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. 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>
	<p>ИОПК-1.2 Использует теоретические знания для понимания экономики, технологии, организации и управления торгово-коммерческого предприятия</p>	
	<p>ИОПК-1.3 Применяет знания управленческой теории в подготовке, обосновании и принятии оперативных и тактических управленческих решений в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно- управленческой сферах</p>	
<p>ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности;</p>	<p>ИОПК-2.1 Использует базовый математический инструментарий, необходимый для обработки и анализа данных при решении оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности</p>	<p>Знает сущность и значение информации для организации и осуществления профессиональной деятельности; основные методы и средства получения, хранения, переработки коммерческой информации; виды и требования к оформлению коммерческой документации. различные методики, базирующиеся на модельных конструкциях, и расчётные формулы, применяемые при проведении маркетинговых исследований рынка, проектировании</p>
	<p>ИОПК-2.2 Демонстрирует знание положений бухгалтерского</p>	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	<p>учета, применяет национальные стандарты для ведения бухгалтерского учета, составления и подтверждения достоверности отчетности организации для решения поставленных управленческих задач</p>	<p>каналов распределения, формировании ценовой политики и изучении поведения потребителей. Основы теоретического и экспериментального исследования основы построения, расчета и анализа системы показателей, характеризующих результативность и эффективность различных аспектов профессиональной деятельности.</p>
	<p>ИОПК-2.3 Применяет базовые методы и инструменты статистической обработки и анализа больших объемов данных для решения оперативных и тактических задач в сфере 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>ИОПК-2.4 Осуществляет исследовательские проекты по сбору, обработке и анализу данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности</p>	<p>Уметь: работать с массивом информационных данных; проводить обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью. Применять методы получения, хранения и переработки информации, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.</p>
	<p>ИОПК-2.5 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</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; 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</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>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 анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов</p>	<p>ИОПК-3.1 Содержательно объясняет и анализирует природу и механизмы торгово-экономических процессов на интернациональном уровне</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; дефекты товаров; порядок приемки и учета товаров по количеству и качеству. методы регулирования и контроля условий и сроков хранения товаров. 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 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</p>
	<p>ИОПК-3.2 Анализирует и содержательно объясняет технологические процессы формирования торговой услуги и систему организационно-управленческих взаимодействий с внутренними и внешними исполнителями</p>	
	<p>ИОПК-3.3 Анализирует и содержательно объясняет природу и механизмы торгово-экономических процессов на микроуровне</p>	
	<p>ИОПК-3.4 Содержательно объясняет и анализирует экономические механизмы функционирования торгового предприятия</p>	
	<p>ИОПК-3.5 Выполняет отдельные элементы работ, связанные</p>	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	с будущей профессиональной деятельностью	по организации контроля качества товаров и услуг, приемки и учета товаров по количеству и качеству. методикой диагностирования дефектов товаров. Навыками работы с торговым персоналом и обслуживания покупателей в местах продаж.
ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	ИОПК-4.1 Предлагает организационно-управленческие решения на основе анализа факторов внешней макро- и микросреды торговых предприятий, рыночной конъюнктуры, оценки уровня конкуренции и прогнозирования тенденций потребительского спроса	<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. 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>
	ИОПК-4.2 Выявляет и ставит проблемы функционирования торгово-коммерческого предприятия для выработки организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	
	ИОПК-4.3 Составляет проекты по организации торгового предприятия и/или развитию технологических процессов на торговом предприятии	
	ИОПК-4.4 Анализирует систему нормативно-правового регулирования рыночных транзакций и учитывает влияние на финансово-экономическую эффективность торгово-экономических процессов	
	ИОПК-4.5 Использует базовые подходы, методы и инструменты анализа и обоснования финансовой эффективности организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности	
	ИОПК-4.6 Имеет	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения	
	представление о системе налогов и налогообложения Российской Федерации и оценивает влияние налоговых платежей на финансово-экономическую эффективность организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности		
	ИОПК-4.7 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		
ОПК-5 Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.	ИОПК-5.1 Применяет базовые компьютерные и программные средства решения профессиональных задач	<p>Знает структуру технической документации, используемой в профессиональной деятельности. Правила составления технической документации в сфере профессиональной деятельности.</p> <p>Умеет</p> <p>Составлять, проверять и анализировать техническую документацию, сопровождающую различные процессы в сфере профессиональной деятельности. Владеет навыками работы с технической документацией. Способностью составлять, проверять и анализировать содержание технической документации по вопросам профессиональной деятельности.</p>	
	ИОПК-5.2 Использует прикладное программное обеспечение при решении профессиональных задач		
	ИОПК-5.3 Применяет современные информационно-коммуникационные технологии решения профессиональных задач		
	ИОПК-5.4 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	ИОПК-6.1 Понимает принципы работы современных информационных технологий и их применение в профессиональной деятельности	<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>Умеет работать с массивом информационных данных; проводить обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью. Применять методы получения, хранения и переработки</p>	
	ИОПК-6.2 Использует современные информационные технологии для решения поставленных задач		
	ИОПК-6.3 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей		

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	профессиональной деятельностью	<p>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>
ПК-1 Способен планировать и проводить маркетинговые исследования потребителей, оценивать и прогнозировать тенденции спроса, анализировать конъюнктуру отечественного и зарубежного рынка с учетом конкуренции	ИПК-1.1 Понимает основные подходы и методы изучения и оценки потребительских свойств товаров, инструменты экспертизы и контроля качества товаров	<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 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,</p>
	ИПК-1.2 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде	
	ИПК-1.3 Планирует, организует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	
	ИПК-1.4 Формирует предложения по совершенствованию ценовой политики коммерческого предприятия	
	ИПК-1.5 Формирует на основе маркетинговых исследований предложения по совершенствованию ассортиментной и товарной политики торгового предприятия	
	ИПК-1.6 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
		<p>необходимые для установления их товарной принадлежности и определения рыночной стоимости; 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.</p> <p>методами и способами идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации;</p> <p>правилами проведения идентификации для установления подлинности товара;</p> <p>методами и способами обнаружения фальсификации продовольственных и непродовольственных товаров на всех этапах товародвижения</p>
<p>ПК-2 Способен применять современные методы сбора и обработки информации о потребителях, конкурентах и рынках в интернет-среде на основе инновационных информационно-аналитических технологий обработки больших данных и веб-аналитики</p>	<p>ИПК-2.1 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде</p>	<p>Знает Знать базовые модели потребительского поведения и принятия решений о покупке; внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие потребительских решений. Виды и инструменты маркетингово-коммуникационного комплекса торгового предприятия. Методы анализа маркетинговой информации и изучения рыночной конъюнктуры.</p> <p>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>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</p>
	<p>ИПК-2.2 Планирует, организует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	
	<p>ИПК-2.3 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей</p>	
	<p>ИПК-2.4 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения</p>	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	<p>коммерческого предприятия</p>	<p>инструментария маркетингово-коммуникационного комплекса.</p>
	<p>ИПК-2.5 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"</p>	
	<p>ИПК-2.6 Разрабатывает принципы и подходы построения партнерских отношений и программ взаимодействия торгового предприятия с ключевыми клиентами, поставщиками, подрядчиками и иными рыночными субъектами и социальными группами</p>	
	<p>ИПК-2.7 Применяет методы и алгоритмы анализа и прогнозирования спроса на основе полученных данных маркетинговых исследований и веб-аналитики</p>	
	<p>ИПК-2.8 Использует комплекс методов стратегического анализа при разработке и обосновании управленческих решений по рыночному развитию предприятия</p>	
	<p>ИПК-2.9 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>	
<p>ПК-3 Способен разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы,</p>	<p>ИПК-3.1 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде</p>	<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>ИПК-3.2 Понимает формы и особенности осуществления розничной торговой деятельности в онлайн-, офлайн-форматах и сетевых организациях</p>	
	<p>ИПК-3.3 Подбирает каналы, инструменты и</p>	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	планирует программы продвижения благоприятного образа в социальных медиа как части комплексной стратегии продвижения торговой компании	<p>Подбирает инструменты маркетинговых коммуникаций для реализации стратегических задач торгового предприятия</p> <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.</p> <p>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 онлайн среде</p> <p>Анализирует эффективность рекламных кампаний</p>
	ИПК-3.4 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей	
	ИПК-3.5 Формирует системы и алгоритмы организации рационального движения материальных, финансовых и информационных потоков торговых предприятий офлайн- и онлайн-форматов	
	ИПК-3.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения в онлайн- и офлайн-среде	
	ИПК-3.7 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия	
	ИПК-3.8 Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых программ	
	ИПК-3.9 Идентифицирует основные проблемы взаимодействия бизнеса и общества, реализует социально-ответственные подходы и программы при разработке рыночной	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	стратегии функционирования предприятия	
	ИПК-3.10 Разрабатывает стратегии поведения торговой компании на международных рынках с учётом страновых и интернациональных особенностей экономического, правового, культурно-исторического, поведенческого характера	
	ИПК-3.11 Применяет основные инструменты оптимизации работы торгового предприятия путем использования инструментов и методов подготовки товаров и торгового пространства для эффективной продажи с учетом потребительского восприятия	
	ИПК-3.12 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин	
	ИПК-3.13 Применяет современные техники и приёмы продаж при осуществлении торгово-сбытовой деятельности предприятия	
	ИПК-3.14 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"	
	ИПК-3.15 Осуществляет базовые функции планирования и организации торговых выставок, салонов, ярмарок, координации работы персонала и взаимодействия с партнерами в сфере	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	<p>выставочной деятельности</p> <p>ИПК-3.16 Разрабатывает стратегии и программы формирования и продвижения брендов продуктов и компании на основе ценностно-ориентированного подхода</p> <p>ИПК-3.17 Применяет маркетинговые инструменты и подходы при реализации товаров промышленного назначения</p> <p>ИПК-3.18 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью</p>	
<p>ПК-4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ</p>	<p>ИПК-4.1 Подбирает и формирует содержательное наполнение инструментальных средств маркетинговых коммуникаций и интернет-продвижения с использованием методов обработки текстовой и графической информации</p> <p>ИПК-4.2 Подбирает каналы, инструменты и планирует программы продвижения благоприятного образа в социальных медиа как части комплексной стратегии продвижения торговой компании</p> <p>ИПК-4.3 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей</p> <p>ИПК-4.4 Разрабатывает и реализует мероприятия по продвижению коммерческого предприятия через различные</p>	<p>Знает основы управления персоналом, теории мотивации, природу лидерства и функциональной ответственности, основные технологии управления человеческими ресурсами. Стратегии управления персоналом, формирование которых обусловлено особенностями процесса совершения покупок, осуществляемого разными потребителями.</p> <p>Понимать место и значение стратегических решений в управлении организациями, знать состав и структуру внешней и внутренней среды бизнес-деятельности организации и понимать механизмы адаптации возможностей фирмы к требованиям рынка; знать логику и структуру процесса стратегического управления организацией, а также принципы распределения компетенций в разработке стратегических решений между различными подразделениями</p> <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> <p>Умеет управлять персоналом торгового предприятий, осуществлять контроль за деятельностью персонала, мотивировать персонал на лучшее исполнение трудовых</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	коммуникационные каналы взаимодействия с потребителями и другими игроками рынка	обязанностей. Планировать работу трудового коллектива. Проводить качественную оценку уровня знаний сотрудников торговой организации.
	ИПК-4.5 Осуществляет планирование коммуникативных и пиар-мероприятий в медиа-среде с целью продвижения благоприятного образа компании	Умеет формировать бюджеты рекламных кампаний Умеет настраивать рекламные кампании в социальных и контекстно-медийных сетях.
	ИПК-4.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения для целевых аудиторий в онлайн- и офлайн-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.
	ИПК-4.7 Использует технологии управления проектами в планировании и реализации комплекса мероприятий по организации интернет-торговли и интернет-продвижения образа предприятия	Методами стратегического анализа внутренних резервов и внешних возможностей фирмы, методами разработки общекорпоративных и функциональных стратегий, базовыми навыками оценки ожидаемых результатов и эффективности принимаемых решений
	ИПК-4.8 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия	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
	ИПК-4.9 Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых программ	Формирует стратегии продвижения компании с помощью современных информационных технологий
	ИПК-4.10 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин	Настраивает и оценивает эффективность рекламных кампаний в сети интернет.
	ИПК-4.11 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности	

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"	
	ИПК-4.12 Формирует и использует совокупность информационно-интеллектуальных факторов и знаний для повышения эффективности функционирования коммерческого предприятия	
	ИПК-4.13 Проводит аудит маркетинговых программ, стратегий и коммуникационных систем торгового предприятия	
	ИПК-4.14 Предлагает нестандартные решения и использует креативные подходы к реализации стратегий продвижения торговых предприятий в оффлайн и онлайн-среде	
	ИПК-4.15 Формирует нефинансовые цели и определяет общественные выгоды некоммерческих организаций на основе принципов маркетинга	
	ИПК-4.16 Создает и использует методы исследования и формирования потребительского опыта для создания и продвижения новых и модернизированных товаров	
	ИПК-4.17 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	

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 6 зачетных единиц (216 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		очная		очно-заочная	заочная
		X семестр (часы)	8 семестр (часы)	9 семестр (часы)	X курс (часы)
Контактная работа, в том числе:			20	20	
Аудиторные занятия (всего):					
занятия лекционного типа					
лабораторные занятия					
практические занятия					
семинарские занятия					
Иная контактная работа:					
Руководство ВКР					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)			20	20	
Самостоятельная работа, в том числе:			196	88	
Выполнение индивидуального задания по теме выпускной квалификационной работы (обоснование актуальности выбранной темы, обзор литературы, формулирование цели, задач, предмета, объекта, научной гипотезы и т.п.)			35	20	
Проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы			60	30	
Подготовка и написание выпускной квалификационной работы			80	20	
Подготовка к защите выпускной квалификационной работы (подготовка доклада по теме исследования, презентации, репетиция доклада)			21	18	
Общая трудоёмкость	час.		216	108	
	в том числе контактная работа		20	20	
	зач. ед		4	3	

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 по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело профиля электронная коммерция и интернет-маркетинг выполняется в виде бакалаврской работы

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

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

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

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

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

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

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

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.

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

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

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

В заключении ВКР кратко и логически обоснованно излагаются наиболее важные конкретные результаты проработки темы. Желательно соблюдать последовательность изложения заключения: теоретические выводы, оценка сложившейся ситуации, методические особенности решения вопросов (проведения исследования, выполнения анализа, расчета эффекта и др.) с выявлением сущности и новизны, конкретные результаты проведенных анализов и расчетов.

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

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

Выпускная квалификационная работа должна включать рукопись, отзыв научного руководителя.

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

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

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

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

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

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

Примерная тематика выпускных квалификационных работ приведена в Приложении 2.

Требования к выпускной квалификационной работе

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 параграфы должен быть расположен по центру и отделен от текста дополнительным интервалом. Между заголовками главы и параграфа дополнительный интервал не вводится. В названии работы на титульном листе и в заголовках переносы осуществляются по словам. Точки в конце названия темы и в заголовках не ставятся. Каждая глава должна начинаться с новой страницы.

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

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

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – 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 обучающихся	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. 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
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 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

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 Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результаты анализа поставленной задачи	<p>Знает принципы и методы поиска необходимой информации. Знает методики постановки задачи и способы ее достижения</p> <p>Умеет осуществлять поиск и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи.</p> <p>Умеет анализировать и синтезировать информацию, принимая решения</p> <p>Умеет осуществлять поиск и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи.</p> <p>Умеет анализировать и синтезировать информацию, принимая решения</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем

		<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</p>	<p>маркетинговой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
2	<p>ИУК-1.2 Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор</p>	<p>Знает методы определения, интерпретирования и ранжирования информации, необходимой для решения поставленной задачи Знает принципы системного подхода и критической оценки.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;
		<p>Умеет формировать собственное мнение и суждения; Умеет аргументировать свои выводы и точку зрения.</p>	

		<p>Владеет способами разработки потенциальных вариантов решения поставленной задачи, оценки их преимуществ и недостатков; Владеет практическими навыками выбора оптимального способа решения задач.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
3	<p>ИУК-2.1 Понимает сущность правовых норм, цели и задачи нормативных правовых актов</p>	<p>Знает сущность и содержание системы законодательства; Знает принципы формирования задач в соответствии с действующими законодательными нормами</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности
		<p>Умеет четко представлять сущность, характер и взаимосвязь правовых явлений; Умеет четко представлять основные проблемы обеспечения соблюдения законодательства в профессиональной деятельности</p>	

		<p>Владеет навыками анализа правовой действительности; Владеет навыками принятия решений с целью обеспечения соблюдения законодательства в профессиональной деятельности</p>	<p>предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования</p>
4	<p>ИУК-2.2 Осуществляет поиск необходимой правовой информации для решения профессиональных задач</p>	<p>Знает основы действующих правовых норм, оказывающих регулирующее действие на осуществление профессиональной деятельности; Знает способы решения поставленных задач в соответствии с действующими законодательными нормами</p> <hr/> <p>Умеет пользоваться навыками поиска, анализировать и использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; Умеет устанавливать круг задач, достигать поставленных целей в рамках правовых норм.</p>	<p>– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-</p>

		<p>Владеет теоретическими знаниями в объеме, позволяющем использовать и составлять нормативные правовые документы в сфере своей профессиональной деятельности;</p> <p>Владеет способностью выбора оптимального варианта решения профессиональных задач</p>	<p>объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
5	<p>ИУК-2.3 Использует принципы проектной деятельности для решения профессиональных задач</p>	<p>Знает общие принципы проектной деятельности в профессиональной деятельности; Знает значение проектной деятельности в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-
		<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>	<p>объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
6	<p>ИУК-2.4 Выбирает оптимальный способ решения задач, имеющих ресурсы и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария</p>	<p>Знает способы решения типичных задач и критерии оценки ожидаемых результатов; Знает критерии оценки ожидаемых результатов</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования
		<p>Умеет обосновывать варианты решений поставленных задач в профессиональной деятельности; Умеет оценивать возможные риски при решении поставленных задач на основе проектного инструментария</p>	

		<p>Владеет способностью выбора оптимального варианта решения поставленной задачи исходя из имеющихся ресурсов, ограничений; Владеет способностью оценивать возможные риски при решении поставленных задач на основе проектного инструментария</p>	<ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
7	<p>ИУК-3.1 Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций; соблюдает нормы и установленные правила поведения в организации</p>	<p>Знает особенности и стратегии межличностных и групповых коммуникаций; Знает правила и нормы командной работы</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о
<p>Умеет работать в команде; оценивать интересы участников командной работы; Умеет соблюдать правила и нормы поведения в организации.</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>выполнении ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
8	<p>ИУК-3.2 Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует командную работу</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>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
		<p>Умеет анализировать 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;</p> <p>Владеет навыками разрешения конфликтных ситуаций при работе в команде</p>	

9	ИУК-4.1 Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка	<p>Знает стиль деловых коммуникаций, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами; Знает технологии правильного построения деловых коммуникаций с использованием русского и иностранных языков.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
		<p>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.</p>	
		<p>Владеет эффективной устной и письменной коммуникации в процессе профессионального взаимодействия на русском и иностранном(-ых) языках; 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; Владеет практическими навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах в стране(ах) изучаемого языка</p>	

10	<p>ИУК-4.2 Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах)</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 понимать диалогическую и монологическую речь в сфере деловой коммуникации; Умеет вести иноязычную коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении с учетом правил речевого этикета.</p> <p>Владеет умениями осуществлять устное и письменное общение на изучаемом языке в соответствии с его особенностями; Владеет умениями воспринимать, понимать, осмысливать и воспроизводить информацию делового характера.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
11	<p>ИУК-4.3 Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами</p>	<p>Знает стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами; Знает принципы деловой коммуникации в устной и письменной формах.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных 	

		<p>Умеет выбирать стиль и дополнительные вопросы средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами;</p> <p>Умеет использовать диалог в общении для сотрудничества в деловой коммуникации</p>	<p>автором в практической части ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
12	<p>ИУК-4.4</p> <p>Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах</p>	<p>Знает теоретические аспекты и особенности ведения переговоров, совещаний; Знает теоретические аспекты и особенности ведения официальной деловой переписки в социальной и профессиональной сферах.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об
		<p>Умеет организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникаций; Умеет составлять официальные деловые письма в социальной и профессиональной сферах</p>	

		<p>Владеет навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении;</p> <p>Владеет навыками перевода профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно</p>	<p>использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
13	<p>ИУК-5.1</p> <p>Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества в этическом и философском контекстах</p>	<p>Знает культурные особенности и традиции различных социальных групп;</p> <p>Знает особенности межкультурного взаимодействия.</p> <hr/> <p>Умеет выявлять обусловленные ВКР различие этических, философских, религиозных и ценностных систем межкультурного взаимодействия;</p> <p>Умеет применять систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об

		<p>Владеет способностью вести межкультурную коммуникацию;</p> <p>Владеет способностью воспринимать разнообразие и культурные различия, принимать социальные и этические обязательства.</p>	<p>использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
14	<p>ИУК-5.2 Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний</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> <hr/> <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>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности

		<p>Владеет способностью воспринимать разнообразие и культурные различия; Владеет способностью преодолевать коммуникативные проблемы в межкультурном взаимодействии</p>	<p>предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования</p>
15	<p>ИУК-5.3 Анализирует историю России в контексте мирового исторического развития</p>	<p>Знает основные события и особенности истории России с древнейших времен до наших дней в контексте мирового исторического развития; Знает историю становления и развития государственности.</p>	<p>– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;</p>

		<p>Умеет выявлять закономерности исторического развития России в контексте всемирной истории;</p> <p>Умеет определять особенности основных этапов эволюции государственности</p>	<ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
16	<p>ИУК-5.4 Критически анализирует историческое наследие и социокультурные традиции на основе исторических знаний</p>	<p>Знает основные нормы, правила межкультурного взаимодействия в современном обществе;</p> <p>Знает модели межкультурного взаимодействия в современном обществе</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об
		<p>Умеет конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач; Умеет уважительно относиться к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп</p>	

		<p>Владеет навыками саморазвития; Владеет навыками взаимодействия с различными социальными группами</p>	<p>использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
17	<p>ИУК-6.1 Понимает необходимость осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования</p>	<p>Знает виды ресурсов и их пределы, необходимые для успешного выполнения поставленных задач; Знает принципы и методы саморазвития и самообразования.</p> <hr/> <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>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы,

		<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>в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
18	<p>ИУК-6.2 Планирует траекторию саморазвития, определяет ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личностные ресурсы</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> <hr/> <p>Умеет формулировать цели и задачи профессионального развития;</p> <p>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>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления

		<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>ВКР требованиям методических указаний и стандартов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической проработки проблемы исследования
19	<p>ИУК-7.1</p> <p>Понимает влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний</p>	<p>Знает нормы здорового образа жизни и роль физической культуры в достижении профессиональных успехов;</p> <p>Знает технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом условий реализации профессиональной деятельности, а также физиологических особенностей организма</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических
		<p>Умеет поддерживать уровень физической готовности для успешного карьерного роста;</p> <p>Умеет планировать свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности.</p>	

		<p>Владеет навыками здорового образа жизни и следовать им в повседневной жизни;</p> <p>Владеет навыками соблюдения и пропагандирования норм здорового образа жизни в профессиональной и социальной деятельности</p>	<p>указаний и стандартов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – уровень теоретической проработки проблемы исследования
20	<p>ИУК-7.2</p> <p>Выполняет индивидуально подобранные комплексы оздоровительной или адаптивной физической культуры</p>	<p>Знает свой организм и как быть к чутким к его запросам;</p> <p>Знает параметры физических и интеллектуальных затрат по достижению успехов в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
		<p>Умеет соизмерять показатели физического развития и физической готовности;</p> <p>Умеет выбирать здоровьесберегающие технологии для реализации себя в профессиональной деятельности</p>	
		<p>Владеет физическими и ментальными навыками повседневного поддержания здорового образа жизни; Владеет навыками выбора здоровьесберегающих технологий для реализации себя в профессиональной деятельности</p>	

21	<p>ИУК-8.1 Осуществляет выбор способов поддержания безопасных условий жизнедеятельности, методов и средств защиты человека при возникновении опасных или чрезвычайных ситуаций, в том числе военных конфликтов</p>	<p>Знает виды негативных факторов производственной среды, их свойства, источники и причины возникновения;</p> <p>Знает основы правового регулирования безопасности жизнедеятельности в области охраны окружающей среды, охраны труда в чрезвычайных ситуациях.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
		<p>Умеет прогнозировать возможные риски возникновения опасных и чрезвычайных ситуаций в организации;</p> <p>Умеет находить методы и средства защиты от них и выбирать способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности</p>	
		<p>Владеет методами управления коллективом при возникновении опасных и чрезвычайных ситуациях; Владеет методикой планирования и организации мероприятий по защите рабочих организации и населения от негативных факторов в чрезвычайных ситуациях</p>	

22	<p>ИУК-8.2 Демонстрирует приемы оказания первой помощи пострадавшему</p>	<p>Знает основы первой медицинской помощи пострадавшему, методы защиты при чрезвычайных ситуациях; Знает факторы вредного влияния элементов на окружающую среду.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
		<p>Умеет в теории и на практике применять знания о методах защиты при чрезвычайных ситуациях, оказать первую медицинскую помощь при травмах и других непредвиденных чрезвычайных ситуациях; Умеет идентифицировать опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой профессиональной деятельности.</p>	
		<p>Владеет основными методами защиты в условиях чрезвычайной ситуации; Владеет основными приемами медицинской помощи, алгоритмом действия при р</p>	
23	<p>ИУК-9.1 Реализует базовые дефектологические знания в профессиональной и социальной сферах в процессе взаимодействия с лицами с ограниченными возможностями</p>	<p>Знает базовые дефектологические термины и компоненты в социальной и профессиональной сферах; Знает роль и место адаптивной экономической науки.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части

	<p>здоровья и инвалидами</p>	<p>Умеет применять базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах; Умеет планировать и осуществлять профессиональную деятельность с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.</p>	<p>ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-
--	------------------------------	--	--

		<p>Владеет навыками применения базовых дефектологических знаний в социальной и профессиональной сферах</p> <p>Владеет навыками взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
24	<p>ИУК-10.1</p> <p>Понимает базовые принципы функционирования экономики, их влияние на индивида и поведение</p>	<p>Знает основные принципы экономического анализа при принятии решения; Знает основы поведения экономических агентов</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность

	<p>экономических агентов</p>	<p>Умеет воспринимать и темы исследования анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений;</p> <p>Умеет использовать методы экономического планирования для достижения поставленных целей</p>	<p>обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
25	<p>ИУК-10.2 Принимает обоснованные экономические решения на основе инструментария управления личными финансами</p>	<p>Знает основные документы, регламентирующие экономическую деятельность;</p> <p>Знает механизмы получения и увеличения личных финансов, основные финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней
		<p>Умеет использовать финансовые инструменты для управления личными финансами;</p> <p>Умеет обосновывать принятие экономических решений</p>	

		<p>Владеет способностью применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей;</p> <p>Владеет способностью контролировать собственные экономические и финансовые риски</p>	<p>среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <p>– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
26	<p>ИУК-11.1 Понимает сущность коррупционного поведения и определяет свою активную гражданскую позицию по противодействию коррупции исходя из действующих</p>	<p>Знает основной понятийный аппарат гражданского права, используемый в антикоррупционном законодательстве, действующее антикоррупционное законодательство и практику его применения;</p> <p>Знает способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных

	правовых норм	<p>Умеет правильно толковать понятийный аппарат, используемый в действующих правовых норм по противодействию коррупции;</p> <p>Умеет планировать, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме</p>	<p>автором в практической части ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
		<p>Владеет навыками оценивания коррупционного поведения и применения на практике антикоррупционного законодательства;</p> <p>Владеет навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
27	ИОПК-1.1 Применяет знания общей экономической теории при анализе и решении оперативных и тактических задач прикладного характера 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; 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"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
28	ИОПК-1.2 Использует теоретические знания для понимания экономики, технологии,		<ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности;

	организации и управления торгового-коммерческого предприятия	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	– наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
29	ИОПК-1.3 Применяет знания управленческой теории в подготовке, обосновании и принятии оперативных и тактических управленческих решений в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	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	– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
30	ИОПК-1.4 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		
31	ИОПК-2.1 Использует базовый математический инструментарий, необходимый для обработки и анализа данных при решении оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	Знает сущность и значение информации для организации и осуществления профессиональной деятельности; основные методы и средства получения, хранения, переработки коммерческой информации; виды и требования к оформлению коммерческой документации. различные методики, базирующиеся на модельных конструкциях, и расчётные формулы, применяемые при проведении маркетинговых исследований рынка, проектировании каналов распределения, формировании ценовой политики и изучении поведения потребителей. Основы теоретического и экспериментального исследования	– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
32	ИОПК-2.2 Демонстрирует знание положений бухгалтерского учета, применяет национальные стандарты для ведения бухгалтерского учета, составления и подтверждения достоверности	основы построения, расчета и анализа системы показателей,	– наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность

	отчетности организации для решения поставленных управленческих задач	характеризующих результативность и эффективность различных аспектов профессиональной деятельности. Методы представления социальных и экономических объектов и процессов в виде аналитической математической модели. Закономерности построения экономико-математических моделей, этапы, методы и средства моделирования; требования к модели; структуру и общую схему функционирования модели.	обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
33	ИОПК-2.3 Применяет базовые методы и инструменты статистической обработки и анализа больших объемов данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	Уметь: работать с массивом информационных данных; проводить обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью. Применять методы получения, хранения и переработки информации, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией. Проектировать эксперименты, включая проектирование имитационных обстановок, систем измерения и сбора, а также обработки информации; проводить эксперименты для принятия эффективных управленческих решений в профессиональной деятельности; обрабатывать и анализировать результаты экспериментов; разрабатывать рекомендации и усовершенствования по результатам экспериментов	– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР
34	ИОПК-2.4 Осуществляет исследовательские проекты по сбору, обработке и анализу данных для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	Владеет методами и средствами получения, хранения, переработки коммерческой информации; навыками работы и проверки правильности оформления технической документацией, необходимой в профессиональной деятельности. Навыками осуществления сбора, переработки, хранения информации и управления её, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.	– содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
35	ИОПК-2.5 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		

		<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>	
36	<p>ИОПК-3.1 Содержательно объясняет и анализирует природу и механизмы торгово-экономических процессов на международном уровне</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; дефекты товаров; порядок приемки и учета товаров по количеству и качеству. методы регулирования и контроля условий и сроков хранения товаров.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о
37	<p>ИОПК-3.2 Анализирует и содержательно объясняет технологические процессы формирования торговой услуги и систему организационно-управленческих взаимодействий с внутренними и внешними исполнителями</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. Прогнозировать спрос на отдельные виды товаров и услуг, уметь пользоваться информацией, полученной в ходе проведения маркетинговых и иных исследований, для формирования эффективной ассортиментной политикой торговой организации.</p>	
38	<p>ИОПК-3.3 Анализирует и содержательно объясняет природу и механизмы торгово-экономических процессов на микроуровне</p>	<p>Осуществлять организацию процесса обслуживания покупателей на пред-приятиях торговли.</p>	

39	ИОПК-3.4 Содержательно объясняет и анализирует экономические механизмы функционирования торгового предприятия	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.	<ul style="list-style-type: none"> – выполнение ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
40	ИОПК-3.5 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	методикой диагностирования дефектов товаров. Навыками работы с торговым персоналом и обслуживания покупателей в местах продаж.	
41	ИОПК-4.1 Предлагает организационно-управленческие решения на основе анализа факторов внешней макро- и микросреды торговых предприятий, рыночной конъюнктуры, оценки уровня конкуренции и прогнозирования тенденций потребительского спроса	<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>	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
42	ИОПК-4.2 Выявляет и ставит проблемы функционирования торгового-коммерческого предприятия для выработки организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	<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>	<ul style="list-style-type: none"> – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления
43	ИОПК-4.3 Составляет проекты по организации торгового предприятия и/или развитию технологических процессов на	Владеет аналитическими способностями с целью формирования оптимального торгового ассортимента на основе комплексного всестороннего анализа спроса и покупательских	

	торговом предприятии	предпочтений.	ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
44	ИОПК-4.4 Анализирует систему нормативно-правового регулирования рыночных транзакций и учитывает влияние на финансово-экономическую эффективность торгово-экономических процессов		
45	ИОПК-4.5 Использует базовые подходы, методы и инструменты анализа и обоснования финансовой эффективности организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности		
46	ИОПК-4.6 Имеет представление о системе налогов и налогообложения Российской Федерации и оценивает влияние налоговых платежей на финансово-экономическую эффективность организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности		
47	ИОПК-4.7 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		
48	ИОПК-5.1 Применяет базовые	Знает структуру технической документации,	– апробация результатов

	компьютерные и программные средства решения профессиональных задач	используемой в профессиональной деятельности. Правила составления технической документации в сфере профессиональной деятельности.	исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
49	ИОПК-5.2 Использует прикладное программное обеспечение при решении профессиональных задач	Умеет Составлять, проверять и анализировать техническую документацию, сопровождающую различные процессы в сфере профессиональной деятельности. Владеет навыками работы с технической документацией.	– доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
50	ИОПК-5.3 Применяет современные информационно-коммуникационные технологии решения профессиональных задач	Способностью составлять, проверять и анализировать содержание технической документации по вопросам профессиональной деятельности.	– наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
51	ИОПК-5.4 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
52	ИОПК-6.1 Понимает принципы работы современных информационных технологий и их применение в профессиональной деятельности	Знает сущность и значение информации для организации и осуществления профессиональной деятельности; основные методы и средства получения, хранения, переработки коммерческой информации;	– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий.
53	ИОПК-6.2 Использует современные	виды и требования к оформлению коммерческой документации. Умеет работать с массивом	– доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;

	информационные технологии для решения поставленных задач	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. Владеет методами и средствами получения, хранения, переработки коммерческой информации; навыками работы и проверки правильности оформления технической документацией, необходимой в профессиональной деятельности. Навыками осуществления сбора, переработки, хранения информации и управления её, в т.ч. посредством персонального компьютера, как средства управления информацией.	<ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
54	ИОПК-6.3 Выполняет отдельные элементы работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		
55	ИПК-1.1 Понимает основные подходы и методы изучения и оценки потребительских свойств товаров, инструменты экспертизы и контроля качества товаров	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.	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
56	ИПК-1.2 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде	Основные показатели качества и ассортимента товаров и услуг, дефекты товаров. Инновационные методы оценки качества товаров и идентификации товаров для выявления и предупреждения их фальсификации.	<ul style="list-style-type: none"> – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия;
57	ИПК-1.3 Планирует, организует и проводит маркетинговые исследования с	Основные положения правовых нормативных документов в области стандартизации, метрологии, подтверждении	

	использованием инструментов комплекса маркетинга	соответствия. Умеет выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, а также их формировать.	– комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
58	ИПК-1.4 Формирует предложения по совершенствованию ценовой политики коммерческого предприятия	Определять границы целевых рынков фирмы и оценивать количественные и качественные параметры спроса на них; Разрабатывать и внедрять комплекс маркетинговых коммуникаций в деятельность торгового предприятия.	– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР;
59	ИПК-1.5 Формирует на основе маркетинговых исследований предложения по совершенствованию ассортиментной и товарной политики 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; распознавать разные виды фальсификации.	– отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР;
60	ИПК-1.6 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью	использовать идентифицирующие признаки однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров, необходимые для установления их товарной принадлежности и определения рыночной стоимости; распознавать разные виды фальсификации. 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. 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	– соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
61	ИПК-2.1 Исследует и выявляет особенности и факторы	Знает Знать базовые модели потребительского поведения и принятия решений о покупке; внутренние и внешние факторы,	– апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях,

	потребительского поведения в офлайн- и онлайн-среде		
62	ИПК-2.2 Планирует, организует и проводит маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p>влияющие на принятие потребительских решений. Виды и инструменты маркетингово-коммуникационного комплекса торгового предприятия. Методы анализа маркетинговой информации и изучения рыночной конъюнктуры.</p> <p>Умеет выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, а также их формировать. Определять границы целевых рынков фирмы и оценивать количественные и качественные параметры спроса на них; Разрабатывать и внедрять комплекс маркетинговых коммуникаций в деятельность торгового предприятия. 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>конкурсах, в публикациях научных изданий.</p> <ul style="list-style-type: none"> – доклад и презентация по материалам ВКР; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
63	ИПК-2.3 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей		
64	ИПК-2.4 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия		
65	ИПК-2.5 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"		
66	ИПК-2.6 Разрабатывает принципы и подходы построения партнерских отношений и		

	программ взаимодействия торгового предприятия с ключевыми клиентами, поставщиками, подрядчиками и иными рыночными субъектами и социальными группами		
67	ИПК-2.7 Применяет методы и алгоритмы анализа и прогнозирования спроса на основе полученных данных маркетинговых исследований и веб-аналитики		
68	ИПК-2.8 Использует комплекс методов стратегического анализа при разработке и обосновании управленческих решений по рыночному развитию предприятия		
69	ИПК-2.9 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		
70	ИПК-3.1 Исследует и выявляет особенности и факторы потребительского поведения в офлайн- и онлайн-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.	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования
71	ИПК-3.2 Понимает формы и особенности осуществления розничной торговой деятельности в онлайн-, офлайн-форматах и сетевых организациях	<p>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</p>	

72	ИПК-3.3 Подбирает каналы, инструменты и планирует программы продвижения благоприятного образа в социальных медиа как части комплексной стратегии продвижения торговой компании	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 прозрачности отдельных направлений профессиональной деятельности и своевременному обнаружению сбоев и проблемных мест.	предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
73	ИПК-3.4 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии цветовосприятия потребителей	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.	– ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР
74	ИПК-3.5 Формирует системы и алгоритмы организации рационального движения материальных, финансовых и информационных потоков торговых предприятий офлайн- и онлайн-форматов	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,	– содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
75	ИПК-3.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения в онлайн- и офлайн-среде	прогнозировать и оценивать проектные риски и способностью принимать нестандартные решения для успешного завершения бизнес-процесса. Формирует стратегию продвижения торгового предприятия в офф-лайн и онлайн среде Анализирует эффективность рекламных кампаний	
76	ИПК-3.7 Разрабатывает комплекс инструментов маркетинга в информационно-		

	коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия		
77	ИПК-3.8 Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых программ		
78	ИПК-3.9 Идентифицирует основные проблемы взаимодействия бизнеса и общества, реализует социально-ответственные подходы и программы при разработке рыночной стратегии функционирования предприятия		
79	ИПК-3.10 Разрабатывает стратегии поведения торговой компании на международных рынках с учётом страновых и интернациональных особенностей экономического, правового, культурно-исторического, поведенческого характера		
80	ИПК-3.11 Применяет основные инструменты оптимизации работы торгового предприятия путем использования инструментов и методов подготовки товаров и торгового		

	<p>пространства для эффективной продажи с учетом потребительского восприятия</p>		
81	<p>ИПК-3.12 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин</p>		
82	<p>ИПК-3.13 Применяет современные техники и приёмы продаж при осуществлении торгово-сбытовой деятельности предприятия</p>		
83	<p>ИПК-3.14 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"</p>		
84	<p>ИПК-3.15 Осуществляет базовые функции планирования и организации торговых выставок, салонов, ярмарок, координации работы персонала и взаимодействия с партнерами в сфере выставочной деятельности</p>		
85	<p>ИПК-3.16 Разрабатывает стратегии и программы формирования и продвижения брендов продуктов и компании на основе ценностно-ориентированного</p>		

	подхода		
86	ИПК-3.17 Применяет маркетинговые инструменты и подходы при реализации товаров промышленного назначения		
87	ИПК-3.18 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		
88	ИПК-4.1 Подбирает и формирует содержательное наполнение инструментальных средств маркетинговых коммуникаций и интернет-продвижения с использованием методов обработки текстовой и графической информации	Знает основы управления персоналом, теории мотивации, природу лидерства и функциональной ответственности, основные технологии управления человеческими ресурсами. Стратегии управления персоналом, формирование которых обусловлено особенностями процесса совершения покупок, осуществляемого разными потребителями. Понимать место и значение стратегических решений в управлении организациями, знать состав и структуру внешней и внутренней среды бизнес-деятельности организации и понимать механизмы адаптации возможностей фирмы к требованиям рынка; знать логику и структуру процесса стратегического управления организацией, а также принципы распределения компетенций в разработке стратегических решений между различными подразделениями	<ul style="list-style-type: none"> – апробация результатов исследования ВКР на научно-практических конференциях, конкурсах, в публикациях научных изданий. – доклад и презентация по материалам ВКР; <ul style="list-style-type: none"> – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР; – наличие квалифицированного анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, выявление проблем маркетинговой деятельности; – наличие справки об использовании или внедрении результатов и рекомендаций ВКР в практику деятельности предприятия; – комплексность обоснованность выводов и рекомендации, представленных автором в практической части ВКР;
89	ИПК-4.2 Подбирает каналы, инструменты и планирует программы продвижения благоприятного образа в социальных медиа как части комплексной стратегии продвижения торговой компании	Умеет Применять стандартные процедуры разработки, обоснования и реализации решений в стратегическом маркетинге; выявлять и анализировать основные факторы эффективности	<ul style="list-style-type: none"> – ответы студента на вопросы, в т.ч. о работе на предприятии-объекте исследования <ul style="list-style-type: none"> – отзыв научного руководителя и рецензента о выполнении ВКР; – отзыв научного руководителя о выполнении ВКР – содержательное качество методической части ВКР; – соответствие оформления
90	ИПК-4.3 Проектирует и создает сайты предприятия в соответствии с правилами содержательности, эргономичности и психологии	Умеет Применять стандартные процедуры разработки, обоснования и реализации решений в стратегическом маркетинге; выявлять и анализировать основные факторы эффективности	

	цветовосприимчивости потребителей	стратегического развития Умеет управлять персоналом торговых 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. Умеет формировать бюджеты рекламных кампаний Умеет настраивать рекламные кампании в социальных и контекстно-медийных сетях.	ВКР требованиям методических указаний и стандартов; – уровень теоретической проработки проблемы исследования
91	ИПК-4.4 Разрабатывает и реализует мероприятия по продвижению коммерческого предприятия через различные коммуникационные каналы взаимодействия с потребителями и другими игроками рынка	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. Умеет формировать бюджеты рекламных кампаний 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.	
92	ИПК-4.5 Осуществляет планирование коммуникативных и пиар-мероприятий в медиа-среде с целью продвижения благоприятного образа компании	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. Методами стратегического анализа внутренних резервов и внешних возможностей фирмы, методами разработки общекорпоративных и функциональных стратегий, базовыми навыками оценки ожидаемых результатов и эффективности принимаемых решений	
93	ИПК-4.6 Разрабатывает коммуникационные мероприятия и рекламные кампании коммерческого предприятия и анализирует эффективность продвижения для целевых аудиторий в онлайн- и офлайн-среде	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;	
94	ИПК-4.7 Использует технологии управления проектами в планировании и реализации комплекса мероприятий по организации интернет-торговли и интернет-продвижения образа предприятия	основными количественными и качественными методами оценки и анализа маркетинговой информации для решения поставленной проблемы Формирует стратегии продвижения компании с помощью современных информационных технологий	
95	ИПК-4.8 Разрабатывает комплекс инструментов	Настраивает и оценивает	

	маркетинга в информационно-коммуникационной среде и формирует комплексную стратегию продвижения коммерческого предприятия	эффективность рекламных кампаний в сети интернет.	
96	ИПК-4.9 Составляет бюджеты и умеет рассчитывать основные показатели эффективности маркетинговых программ		
97	ИПК-4.10 Оптимизирует содержание и структуру сайта предприятия в соответствии с требованиями поисковых машин		
98	ИПК-4.11 Обрабатывает и анализирует информацию о поведении потребителей, конкурентов и эффективности маркетинговой активности предприятия в сети "Интернет"		
99	ИПК-4.12 Формирует и использует совокупность информационно-интеллектуальных факторов и знаний для повышения эффективности функционирования коммерческого предприятия		
100	ИПК-4.13 Проводит аудит маркетинговых программ, стратегий и коммуникационных систем торгового		

	предприятия		
101	ИПК-4.14 Предлагает нестандартные решения и использует креативные подходы к реализации стратегий продвижения торговых предприятий в оффлайн и онлайн-среде		
102	ИПК-4.15 Формирует нефинансовые цели и определяет общественные выгоды некоммерческих организаций на основе принципов маркетинга		
103	ИПК-4.16 Создает и использует методы исследования и формирования потребительского опыта для создания и продвижения новых и модернизированных товаров		
104	ИПК-4.17 Выполняет отдельные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью		

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

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

	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
Недостаточный уровень – оценка неудовлетворительно	Раскрытие содержание темы, авторский вклад и оригинальность мышления отсутствуют. В работе отсутствуют результаты авторского анализа данных о внешней и внутренней среде функционирования предприятия, маркетинговые проблемы объекта исследования не обозначены. Методики, отражённые в методической части ВКР не относятся к раскрываемой в ВКР теме или методическая часть отсутствует. Предложения и рекомендации выпускника отсутствуют или не актуальны и не связаны с исследуемой темой и объектом исследования. Оформление ВКР не соответствует требованиям методических указаний. Не имеется справка о внедрении предложений и рекомендаций выпускника в практику конкретного предприятия. В отзывах научного руководителя и рецензента имеются серьезные критические замечания. Доклад выпускника не раскрывает содержание ВКР, презентация отсутствует. Студент затруднялся отвечать на вопросы членов ГЭК. Выпускник не принимал участие в конференциях и конкурсах (внутренних и внешних, в т.ч. международных). Отсутствие публикаций по теме ВКР

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/sovremennye-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.mediaprofi-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 завершённая 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 и оформить задание, общаться с председателем и членами государственной экзаменационной комиссии);

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

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

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность сдачи обучающимся инвалидом государственного аттестационного испытания может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

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

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

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

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

а) для слепых:

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

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

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

б) для слабовидящих:

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

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

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

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

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

по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в письменной форме;

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

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

по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в устной форме.

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

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	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

	«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)	
Помещения для групповых и индивидуальных консультаций (ауд. 206 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

Примерное содержание выпускной квалификационной работы

Введение

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

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

1.2. Роль и значение мониторинга конкурентов в маркетинговой деятельности предприятия

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

2. Методическое обеспечение мониторинга конкурентов в маркетинговой деятельности торговых центров

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

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

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

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

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

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

3.3. Маркетинговое исследование конкурентных позиций торговых центров Краснодара

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

Заключение

Список использованной литературы

**Примерная тематика выпускных квалификационных работ
по направлению подготовки «Торговое дело»,
направленность (профиль) «электронная коммерция и интернет-маркетинг»**

1. Разработка предложений и реализация проекта совершенствования работы онлайн-каналов взаимодействия с покупателями торговой сети
2. Совершенствование методов формирования лояльности клиентов в виртуальной среде в сфере HoReCa (на примере конкретного предприятия)
3. Использование технологий Big Data для повышения эффективности маркетинговых решений в деятельности интернет-магазина
4. Формирование контент-стратегии бренда в социальных сетях с учетом характеристик пользователей и целей бизнеса
5. Разработка стратегии digital-маркетинга предприятия с целью комплексного продвижения профессиональных услуг на B2B-рынке
6. Оценка эффективности и разработка комплекса мероприятий по повышению узнаваемости и юзабилити интернет-сайта компании средствами маркетинга
7. Совершенствование маркетинговой деятельности компании с помощью инструментов продвижения бренда в онлайн-среде
8. Разработка методов формирования имиджа компании на основе использования инструментов продвижения бренда в сети Интернет
9. Разработка стратегии позиционирования товара на целевом рынке с помощью инструментов Интернет-маркетинга
10. Планирование и организация продаж товаров фирмы на основе анализа каналов сбыта в онлайн-среде
11. Формирование маркетинговой стратегии Интернет-магазина на основе использования инструментов мерчандайзинга в онлайн-среде
12. Разработка и совершенствование методов формирования и управления имиджем компании в онлайн-среде.
13. Планирование и реализация SMM-стратегии в рамках общей коммуникационной политики компании.
14. Совершенствование коммуникационной политики компании на основе digital-инструментов.
15. Оценка конкурентоспособности предприятия онлайн-торговли.
16. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия электронной коммерции на основе современных инструментов маркетинговой логистики.
17. Повышение эффективности деятельности предприятия электронной коммерции с использованием инструментов цифрового маркетинга.
18. Управление имиджем компании в онлайн-среде на основе инструментов Digital-PR.
19. Организация и планирование продвижения бренда на основе интернет-коммуникаций.
20. Совершенствование маркетинговой стратегии с использованием инструментов интернет-маркетинга.
21. Разработка стратегии онлайн-продвижения интернет-магазина.
22. Особенности маркетинговых коммуникаций в онлайн-среде.
23. Разработка веб-сайта компании и оценка его эффективности.
24. Управление взаимоотношениями с клиентами в онлайн-среде.
25. Управление продуктовым портфелем предприятия электронной коммерции.
26. Построение интегрированных онлайн и офлайн маркетинговых коммуникаций и управление ими.

27. Выбор и обоснование стратегии ценообразования в электронной торговле.
28. Совершенствование торгово-экономической деятельности на базе внедрения комплексного анализа рекламных кампаний в сети Интернет
29. Пути совершенствование бизнеса на основе позиционирования в сети Интернет
30. Особенности использования интернет-технологий маркетинга в сфере торговли товарами детского ассортимента
31. Роль Интернета как источника маркетинговой информации в разработке и внедрении новых продуктов на рынок
32. Геймификация как инструмент повышения эффективности продвижения бизнеса

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

РАЗРАБОТКА ВЕБ-САЙТА КОМПАНИИ И ОЦЕНКА ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ

Выпускная квалификационная работа

Работу выполнил

Кузнецов Р.А.

Факультет экономический

Направление бакалавриата 38.03.06 «Торговое дело»

Научный руководитель

канд. экон. наук, доцент

Костецкий А.Н.

Нормоконтролер

Костецкий А.Н.

Краснодар 2021