

Документ подписан в электронной форме  
Информация о подписавшем:  
ФИО: Кандрашина Елена Александровна  
Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»  
Дата подписания: 25.08.2023 13:13:33  
Уникальный программный ключ:  
b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8a3aaf

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Самарский государственный экономический университет»**  
Институт менеджмента  
Кафедра маркетинга, логистики и рекламы

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом Университета  
(протокол №11 от 30.05.2023г.)

## **ПРОГРАММА**

### **ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Наименование направления подготовки: 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Образовательная программа: Цифровой маркетинг

Квалификация (степень) выпускника - бакалавр

Самара 2023

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Общие положения

1. Выпускная квалификационная работа
2. Требования к ВКР
3. Обязанности и ответственность руководителя ВКР
4. Порядок рецензирования
5. Допуск к защите ВКР
6. Защита ВКР
7. Фонд оценочных средств
8. Процедура апелляции по результатам государственных итоговых аттестационных испытаний
9. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация (ГИА) обучающихся по направлению 38.03.02. «Менеджмент» программе «Цифровой маркетинг» проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты выпускной квалификационной работы (ВКР).

Уровень образования - бакалавриат.

Объем ГИА в соответствии с требованиями ФГОС учебного плана составляет 9 з.е.

## **1. Выпускная квалификационная работа**

### **1.1. Порядок согласования и утверждения тем выпускной квалификационной работы**

Для направлений подготовки бакалавриата - ВКР выполняется в форме выпускной квалификационной работы (Положение о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в ФГАОУ ВО «СГЭУ», (утв. Приказом и.о. ректора № 275-ОВ от 28.04.2023 г.).

Важное значение для выполнения выпускной квалификационной работы имеет правильный выбор темы. Как правило, она должна совпадать с темой научно-исследовательской работы, выполняемой бакалавром в период обучения, есть является её продолжением и углублением. Также, бакалавры могут выбрать тему выпускной квалификационной работы самостоятельно, руководствуясь потребностями предприятий и организаций, интересом к проблеме, личными предпочтениями, практическим опытом.

Темы выпускных квалификационных работ и руководители утверждаются приказом ректора ФГБОУ ВО СГЭУ.

Выбор темы выпускной квалификационной работы бакалавр обязан завершить до начала производственной практики (преддипломной). Если бакалавр не выполнил это требование, заведующий назначает ему тему работы по собственному усмотрению.

Студент должен руководствоваться примерным перечнем тем выпускных работ, однако он может предложить собственную тему, если она соответствует направлению и профилю подготовки, по которому он обучался, и обосновать целесообразность ее выбора.

Выбрав тему необходимо согласовать ее с научным руководителем и написать заявление на имя заведующего кафедрой.

После издания приказа об утверждении тем выпускных квалификационных работ и руководителей каждому студенту выдается задание на выпускную квалификационную работу.

Изменение темы ВКР возможно не позднее, чем за два месяца, а уточнение темы не позднее, чем за месяц до предполагаемой даты защиты на основании личного заявления студента, согласованного с руководителем на имя заведующего кафедры.

### **1.2. Примерный перечень тем ВКР**

2. Цепочка создания ценностей как основание современного маркетинга
3. Цифровая модель маркетинга: новые отличительные черты современного маркетинга
4. Новые вызовы и релевантность современного маркетинга
5. Маркетинг на формирующихся рынках: основные отличия и модели управления
6. Разработка маркетинговой стратегии фирмы
7. Разработка рекомендаций по формированию и совершенствованию стратегических маркетинговых решений компании в части выбора и обоснования (вариантов каналов распределения и сбыта, товарной политики, ценовой политики, политики коммуникаций)
8. Исследование возможностей повышения эффективности маркетинговой деятельности компании, работающей на рынке B2B
9. Исследование маркетинговых аспектов развития компании
10. Исследование и разработка стратегии маркетинга при бизнес-планировании (развития фирмы, создания нового бизнеса и т.д.)
11. Методические аспекты маркетингового обеспечения бизнес-планирования
12. Маркетинг, ориентированный на стоимость: возможности и особенности использования в компаниях, производящих товары и услуги для бизнеса.

13. Исследование и учёт рисков при управлении маркетингом
14. Исследование эффективности затрат на маркетинг организаций, работающих на рынках B2B
15. Управление разработкой, факторы успеха и риски создания новых товаров и услуг для бизнеса.
16. Управление взаимоотношениями с клиентами и партнерами (поставщиками, дилерами ...)
17. Исследование условий, проблем, особенностей, результатов и перспектив развития инновационных межфирменных сетей, кластеров (в России, в регионах России, в других странах мира).
18. Анализ конкурентной среды компании: структурные характеристики рынка, конкурентные стратегии.
19. Конкурентное преимущество компании: методы выявления, пути использования в конкурентной борьбе.
20. Разработка портфеля маркетинговых метрик компании
21. Системы контроля достижений целей в стратегическом управлении компанией
22. Выбор направления развития организации на основе формирования модели компетенций на примере ...
23. Разработка комплекса организационных мероприятий по повышению эффективности маркетинговой деятельности компании на примере ....
24. Совершенствование управления бизнесом на основе маркетинговых метрик
25. Разработка маркетинговой стратегии фирмы на развивающемся рынке на примере
26. Совершенствование механизма принятия решений при формировании ассортимента продукции на примере ...
27. Исследование отраслевого окружения компании и особенностей поведения участников рынка
28. Клиентские метрики в управлении клиент ориентированным бизнесом
29. Маркетинг взаимоотношений
30. Управление отношениями с клиентами
31. Клиентоориентированность как источник конкурентного преимущества компании
32. Специфика клиентоориентированности компаний на российском рынке
33. Сегментация потребителей на рынке совместного потребления (Sharing Economy) в России
34. Драйверы и барьеры развития экономики совместного потребления (Sharing Economy) в России
35. Драйверы и барьеры развития электронной коммерции в России
36. Поведение покупателей на российском рынке электронной коммерции
37. Управление комплексом маркетинга современной компании
38. Разработка маркетинговых стратегий
39. Маркетинговое планирование и прогнозирование
40. Стратегические аспекты управления отношениями с клиентами
41. Инструменты создания ценности для клиентов
42. Управление клиентским опытом
43. Маркетинг и CRM в социальных сетях
44. Особенности внедрения CRM в различных индустриях
45. Аналитические модели предсказания поведения клиентов
46. Разработка, проведение и оценка результативности целевых маркетинговых кампаний для различных этапов жизненного цикла клиента (привлечение, развитие, удержание, возврат)
47. Метрики в системе управления отношениями с клиентами
48. Разработка бизнес-кейса, обосновывающего внедрение CRM
49. Модель ценности клиента и ее использование в CRM
50. Аудит уровня развития отношений с клиентами
51. Оптимизация каналов целевых коммуникаций с клиентами
52. Информационные технологии в маркетинге
53. Управление коммуникациями в социальных медиа
54. Управление отношениями с клиентами
55. CRM в российских компаниях
56. Ориентация на клиентов как источник конкурентного преимущества
57. Разработка стратегии CRM для российских компаний
58. Разработка и реализация маркетинговой стратегии компании
59. Рекомендации по разработке бизнес-модели для компании...

60. Разработка коммуникационной стратегии компании
61. Разработка стратегии продвижения интернет-магазина
62. Рекомендации по разработке стратегии digital маркетинга для компании...
63. Разработка маркетинговой стратегии для компании
64. Сравнительный анализ современных маркетинговых практик в различных отраслях на примере....
65. Построение отношений потребителя с брендом в клиентских сообществах
66. Управление пожизненной ценностью потребителя в клиентских сообществах
67. Построение клиенториентированной компании
68. Интернет-технологии и IT системы в построении отношений с клиентами
69. Сравнение международной маркетинговой стратегии компании в разных странах и в России
70. Разработка стратегии интернационализации российской компании
71. Управление партнерскими отношениями в компании
72. Исследование возможностей повышения эффективности маркетинговой деятельности компании, работающей на рынке B2B
73. Оптимизация затрат на маркетинг B2B организаций
74. Использование маркетинговой аналитики, управляемой данными, для улучшения показателей результативности компании по производству продукции
75. Разработка модели управления продуктом в проектно-ориентированной компании
76. Совершенствование бизнес-процессов компании с помощью B2B чат-ботов
77. Анализ конкурентного окружения (конкурентная разведка) для принятия компанией операционных или стратегических решений в компании
78. Разработка модели сегментации клиентской базы для поддержки маркетинговой стратегии торговой сети с использованием платформы SAP Marketing Cloud
79. Модернизация бизнес-процессов предприятий с учетом внедрения новых технологий
80. Анализ бизнес-процессов организации в сфере ритейла.
81. Анализ и реинжиниринг бизнес-процессов в организации.
82. Аналитика в системе венчурного инвестирования.
83. Аналитика социальных сетей в системе стратегического управления компанией.
84. Аналитические исследования производственно-хозяйственной деятельности предприятия.
85. Аналитическое обеспечение управления венчурным проектом.
86. Аналитическое сопровождение проекта создания интернет-бизнеса.
87. Аналитическое сопровождение проектной деятельности в сфере информационных технологий.
88. Выбор методов продвижения инновационной продукции.
89. Выбор механизмов финансирования инновационной деятельности в компании.
90. Выбор направлений развития предприятия малого бизнеса в условиях цифровой экономики.
91. Выбор направлений технологического развития компании на основе патентного анализа.
92. Информационно-аналитическое сопровождение инновационного проекта.
93. Использование аналитических информационных систем в управлении организацией.
94. Использование бенчмаркинга в конкурентном позиционировании инновационных разработок.
95. Использование геймификации в активизации потребительской активности на отраслевых рынках.
96. Использование информационных систем в аналитической деятельности организации.
97. Использование методов поведенческой аналитики в системе управления торговыми организациями.
98. Исследование и оценка эффектов сетевого межорганизационного взаимодействия.
99. Моделирование бизнес-процессов в организации.
100. Моделирование и анализ логистических процессов на предприятии оптовой торговли.
101. Моделирование управленческих решений с использованием аналитических информационных систем.
102. Организация аналитической работы в компании.
103. Оценка влияния инноваций на повышение конкурентоспособности компании.
104. Оценка инновационной активности компании.
105. Оценка конкурентоспособности компании на рынке информационных систем.

106. Оценка новизны, изобретательского уровня и промышленной применимости новых разработок.
107. Оценка потенциала коммерциализации новых технологических разработок.
108. Оценка эффективности внедрения ERP-системы.
109. Оценка эффективности внедрения аналитической информационной системы управления проектами в компании.
110. Оценка эффективности внедрения аналитической информационной системы.
111. Оценка эффективности инновационного проекта.
112. Оценка эффективности использования информационных систем в деятельности организации.
113. Оценка эффективности проектной деятельности в компании.
114. Повышение эффективности функционирования компании на основе использования аналитических информационных систем.
115. Позиционирование бизнеса в социальных сетях на основе анализа данных CRM-системы.
116. Прогнозирование и планирование спроса на новые разработки.
117. Разработка проектного решения по автоматизации бизнес-процесса в организации.
118. Разработка стратегии продвижения бизнеса в социальных сетях.
119. Сравнительный анализ существующих аналитических систем управления предприятием.
120. Стратегический анализ бизнеса в социальных сетях.
121. Стратегический анализ деятельности компании в условиях неопределенности поведения внешней среды.

## **Требования к ВКР**

### **2.1. Объем выпускной квалификационной работы.**

В соответствии с Распоряжением № 23-Р от 10.03.2016г. рекомендуемый объем выпускных квалификационных работ (ВКР) по образовательным программам: бакалавриата – 60 стр. Отклонение объема ВКР допускается в пределах 10%.

### **2.2. Структура ВКР**

Титульный лист

Содержание

Введение

Основная часть (главы, разбитые на параграфы)

Заключение

Список использованных источников и литературы

Приложения (при наличии)

**Титульный лист** является первой страницей выпускной квалификационной работы. Пример оформления титульного листа приведен в ПРИЛОЖЕНИИ А (бакалавриат), ПРИЛОЖЕНИИ Б (специалитет), ПРИЛОЖЕНИИ В (магистратура).

**Содержание** размещают после титульного листа. Содержание включает в себя введение, наименование всех глав и параграфов, заключение, список использованных источников и литературы, приложения. Приложения не нумеруют. Пример оформления содержания приведен в ПРИЛОЖЕНИИ Г.

**Во введении** должно быть описано: актуальность темы ВКР, цели и задачи исследования, методология, предмет и объект исследования, информационная (нормативно-правовая, эмпирическая) база исследования, теоретическая и практическая значимость исследования.

**Основная часть** включает главы: две и более.

**Заключение** должно содержать выводы по всем главам ВКР; содержать решение задач исследования, определенных во введении.

**Список использованных источников и литературы** должен содержать 30-40 источников. При этом не менее 80% со сроком издания не более 5-х лет до даты защиты ВКР; не мене 2-х источников на иностранном языке.

**Приложения** включают таблицы, схемы, графики большого формата. В тексте основной части должны быть ссылки на материалы, размещенные в Приложениях.

### **2.3 Требования к оформлению ВКР**

Выпускная квалификационная работа выполняется в редакторе Word.

Поля: сверху – 20 мм; снизу – 20 мм; справа – 15 мм; слева – 30 мм;

- шрифт – Times New Roman, кегль (размер шрифта) – 14;
- абзацный отступ - 1,25 см;
- междустрочный интервал – 1,5;
- автоматическое выравнивание текста по ширине, автоматический перенос по словам;
- в таблицах размер шрифта может быть уменьшен до 12, интервал 1,0.

Наименования структурных элементов ВКР служат заголовками.

**Заголовки** следует располагать в середине строки, без точки в конце и печатать прописными буквами, не подчеркивая.

Пример:

## **ГЛАВА 1 НАЗВАНИЕ ПЕРВОЙ ГЛАВЫ**

### **1.1 Название первого параграфа первой главы**

### **1.2 Название второго параграфа первой главы**

## **ГЛАВА 2 НАЗВАНИЕ ВТОРОЙ ГЛАВЫ (с новой страницы)**

### **2.1 Название первого параграфа второй главы**

**Нумерация** страниц ВКР ведется **арабскими цифрами**, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту ВКР. Номер страницы проставляют **в центре верхней части листа без точки**. Титульный лист и содержание включают в общую нумерацию страниц в ВКР, но номер страницы на них не проставляют. **Введение - это 3 страница ВКР.**

Главы, параграфы внутри главы, пункты и подпункты нумеруют арабскими цифрами и записывают с абзацного отступа. Главы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста.

Каждая глава размещается с новой страницы, параграфы разделяются одной пустой строкой. Номер параграфа включает номер главы и порядковый номер параграфа, разделенные точкой.

**Таблицы** применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Название таблицы должно содержать наименование и номер, отражать ее содержание, быть точным, кратким. Название размещают над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с номером через тире. Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Номер таблицы состоит из двух цифр, разделенных точкой: первая цифра - номер главы; вторая цифра – номер таблицы в данной главе. Таблицу следует располагать непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. Заголовки столбцов и строк таблицы следует писать с прописной буквы в единственном числе. В конце заголовков и подзаголовков точки не ставят. Границы таблицы (внутренние и внешние) обозначают одинарными линиями.

На все таблицы должны быть ссылки. При ссылке следует писать слово «Таблица» с указанием ее номера. Таблицу с большим числом строк допускается переносить на другую страницу. При переносе части таблицы на другую страницу пишут слова «Продолжение таблицы» и указывают номер таблицы.

**Рисунки** – это любые иллюстрации (графики, схемы, фотографии, диаграммы, формы документов и т.п.).

В ВКР рисунки следует располагать непосредственно после абзаца, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице, если размеры не позволяют разместить рисунок после текста. Большие рисунки могут быть вынесены отдельно в приложение. Номер рисунка состоит из двух цифр, разделенных точкой: первая цифра - номер главы, вторая цифра – порядковый номер рисунка в данной главе. Номер и название рисунка пишутся под рисунком, выравниваются по центру, без абзацного отступа, без точки в конце названия.

Пример:

Рисунок

Рисунок 1.1 – Название рисунка

При ссылке на рисунок в скобках указывается его порядковый номер, а слово «рисунок» пишется сокращённо, например: (рис.1.1). При повторной ссылке добавляется сокращённое слово «смотри», например: (см. рис. 1.1).

**Сноски** на использованную литературу и источники по тексту проставляют автоматически в редакторе Word с использованием вкладки Ссылки. Для нумерации используются арабские цифры, нумерация сносок начитается с цифры 1.

Допускается использование в работе ссылок на использованные источники, приведенные в разделе «Список использованных источников и литературы». Их следует указывать порядковым номером из этого списка, номер заключают в квадратные скобки. Нумерация ссылок ведется арабскими цифрами в порядке приведения ссылок в тексте ВКР.

Пример:

Текст выпускной квалификационной работы [1]

1. Первый в списке использованных источников и литературы

Требования к оформлению сносок (ссылок) на использованные источники:

[http://lib.sseu.ru/sites/default/files/2017/01/primery\\_oformleniya\\_ssylok\\_v\\_dissertacii\\_gost\\_r\\_7.0.5-2008\\_bibliogr.ssylna\\_1.pdf](http://lib.sseu.ru/sites/default/files/2017/01/primery_oformleniya_ssylok_v_dissertacii_gost_r_7.0.5-2008_bibliogr.ssylna_1.pdf).

**Заключение** должно содержать:

- выводы по всем главам работы;
- содержать предложения по решению задач исследования, поставленных во введении.

Выводы должны представлять собой краткий результат теоретического осмысления и критической оценки исследуемой проблемы. Они должны отражать как положительные, так и отрицательные моменты.

Предложения и рекомендации должны быть увязаны с выводами и направлены на улучшение функционирования исследуемого объекта. При разработке предложений и рекомендаций следует обращать внимание на их обоснованность, реальность и практическую приемлемость (возможность внедрения).

Объем заключения 3-5 страниц.

**Список использованных источников и литературы** представляет собой перечень учебных, научных, нормативных, справочных и статистических источников, использованных в ходе выполнения работы.

Требования к оформлению списка использованной литературы:



Список должен:

- соответствовать теме работы;
- содержать в себе не менее 30-40 наименований, в числе которых не менее 80% - издания последних пяти лет;
- не менее 2-х источников на иностранном языке.

В списке рекомендуется выделять разделы:

- **Нормативно-правовые акты**
- **Книги и статьи**
- **Авторефераты и диссертации**
- **Материалы юридической практики (для юристов)**
- **Литература на иностранных языках**
- **Иные источники информации**

Разделы являются заголовками, пишутся с прописной буквы и выделяются жирным шрифтом без подчеркивания. Выравнивание слева, абзацный отступ - 1,25 см.

**Нормативно-правовые акты** в списке располагаются по юридической силе:

Международные акты

Конституция России

Федеральные конституционные законы

Текущие законы, в том числе кодифицированные законы

Законы субъектов Федерации, в том числе Законы Самарской области

Указы Президента России

Постановления Правительства России

Нормативные акты федеральных министерств, агентств, служб и т.д., нормативные акты Центрального Банка Российской Федерации

Нормативные акты глав субъектов федерации

Нормативные акты органов исполнительной власти субъектов федерации

Нормативные акты органов местного самоуправления

Перечень нормативных актов должен включать все использованные в работе и необходимые для полного и всестороннего правового анализа вопросов темы исследования акты. Акты равной юридической силы должны быть указаны в списке по дате принятия – новейшие акты вверху списка. Кроме этого, допускается среди актов равной юридической силы указать в верхней части списка акты, наиболее важные для ВКР. Нормативно-правовые акты, утратившие силу, приводят в конце списка с обязательной отметкой – утратил силу. Либо их можно выделить в отдельный подраздел.

**Книги и статьи.** Рекомендуется использовать алфавитный способ формирования списка. При этом способе описание источников располагают в алфавите фамилий авторов или заглавий (если книга под редакцией). В конце списка приводятся описания источников на иностранных языках, располагая их в латинском алфавите.

Электронные ресурсы обозначают – [Электронный ресурс]. Электронный адрес и дату обращения к документу приводят всегда.

Пример:

Заголовок. Основное заглавие [Электронный ресурс]: сведения, относящиеся к заглавию / сведения об ответственности. – Место создания (изготовления): изготовитель, дата изготовления. – Специфическое обозначение материала и объем. – Примечание (системные требования, ограничение доступности, дата обращения к документу).

1. **Миргородская, Т. В.**

Аудит [Текст] : учеб. пособие. - УМО, 4-е изд. перераб. и доп. - М. : КНОРУС, 2016. - 312 с. ; 60x90/16. - (Бакалавриат и магистратура). - Библиогр.: с. 271 - 274. - ISBN 978-5-406-02669-4: 370 р.  
У 053.9(2)я7 - М 63

2. **Хахонова, Н. Н.**

Аудит [Текст] : учебник / И. Н. Богатая. - УМО. - М. : КНОРУС, 2016. - 720 с. ; 60x90/16. - Библиогр. : с. 482 - 486. - ISBN 978-5-406-05232-7: 452 р. 51к.  
У 053я7 - Х 27

**Иные источники информации:**

В этом разделе группируются данные официальных веб-сайтов организаций, органов государственного и муниципального управления, базы данных, финансовая информация, патенты и другие источники, не вошедшие в другие разделы списка.

**Приложения** оформляют как продолжение ВКР на последующих его листах, без нумерации страниц. В тексте ВКР на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте ВКР. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием справа сверху страницы слова «ПРИЛОЖЕНИЕ», его обозначения. Приложения нумеруют заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Й, Ч, Ъ, Ы, Ь. После слова «Приложение» следует буква, обозначающая его последовательность.

Пример:

**ПРИЛОЖЕНИЕ К**

На последней странице текста выпускной квалификационной работы, после списка использованных источников и литературы перед приложениями должен быть лист с надписью Приложение

**3. Обязанности и ответственность руководителя ВКР**

Для подготовки ВКР за обучающимся приказом ректора закрепляется руководитель ВКР из числа работников СГ"ЭУ и при необходимости консультант (консультанты).

В обязанности руководителя ВКР входит:

- руководство и помощь в постановке задач исследования, выявлении исследовательских и практических проблем, поиске подходов к их решению;
- систематический контроль по соблюдению сроков графика выполнения ВКР;
- принятие организационных решений в случае нарушения графика выполнения работы;
- проверка выполненной и оформленной работы на предмет ее соответствия требованиям к ВКР и к оформлению документации;
- проверка ВКР на предмет заимствования в установленные сроки;
- написание отзыва о работе обучающегося в период подготовки ВКР.

На первом этапе подготовки ВКР руководитель рассматривает и корректирует план работы и дает рекомендации по списку литературы.

В ходе выполнения работы руководитель может указать студенту на замеченные им в работе ошибки, на недостатки стиля, аргументации и т.д. и рекомендовать, как их лучше устранить. Но в его обязанности не входит исправление ошибок и недостатков работы.

Разработку поставленных проблем студент осуществляет самостоятельно.

Рекомендации руководителя студент может учитывать или отклонять по своему усмотрению, т.к. теоретически и методологически правильная разработка и освещение темы, а также качество содержания и оформления ВКР целиком и полностью лежат на ответственности студента.

Но студент обязан своевременно получить задание на ВКР, в соответствии с графиком информировать о ходе выполнения ВКР, консультироваться по вызывающим затруднения вопросам, в установленные сроки представить выполненную и оформленную работу для решения вопроса о допуске к защите.

После представления на кафедру выполненной и оформленной выпускной квалификационной работы руководитель проверяет работу на объем заимствования, подписывает работу, и составляет отзыв, в котором всесторонне характеризует качество работы, отмечает ее достоинства и недостатки, обращая внимание на имеющиеся отмеченные ранее недостатки, не устраненные студентом, мотивирует возможность или нецелесообразность представления работы в ГЭК.

Основное внимание в отзыве руководитель уделяет способности студента, опираясь на полученные углубленные знания, умения и сформированные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

Рекомендуемая структура отзыва:

- актуальность темы;
- краткая характеристика достоинств и недостатков работы;
- глубина исследования;
- практическая значимость работы;
- достоинства (недостатки) студента при выполнении ВКР (самостоятельность, ответственность, организованность, трудолюбие), способность самостоятельно решать задачи своей профессиональной деятельности, научно аргументировать и защищать свою точку зрения;
- оценка работы по 4-х балльной системе (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно);
- допуск к защите в ГЭК.

Руководитель имеет право не допускать до защиты обучающегося, выпускная квалификационная работа которого не соответствует требованиям в части содержания, оформления и объема заимствования.

Не менее чем за 5 календарных дней до защиты ВКР руководитель обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом.

#### **4. Порядок рецензирования**

ВКР по программам бакалавриата не подлежат рецензированию.

#### **5. Допуск к защите ВКР**

##### **5.1. Проверка ВКР на объем заимствования**

Тексты ВКР проверяются на объем заимствования в соответствии с «Положением о порядке проведения проверки выпускных квалификационных работ, научных докладов об основных результатах подготовленной научно-квалификационной работы (диссертации), диссертаций и иных учебных и научных работ на наличие заимствований в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет», утвержденным ректором СГЭУ (приказ ректора № 27-ОВ от 31 января 2020г.).

5.2 Минимальное нормативное значение оригинального текста ВКР - 65%.

##### **5.3 Сроки и порядок предоставления работы на кафедру**

После завершения подготовки студентом ВКР руководитель ВКР дает письменный отзыв. Кафедра обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом не позднее чем за 5 календарных дней до дня защиты ВКР. ВКР, отзыв передаются в ГЭК не позднее чем за 2 календарных дня до защиты ВКР.

#### **6. Защита ВКР**

Защита ВКР проводится в соответствии с п. 4 Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриа-

та, программам специалитета и программам магистратуры в ФГАОУ ВО «СГЭУ», (утв. Приказом и.о. ректора № 275-ОВ от 28.04.2023 г.).

Защита выпускной квалификационной работы проводится в сроки, установленные календарным графиком по соответствующему направлению.

Перед началом заседания ГЭК секретарь комиссии проверяет оснащение аудитории необходимыми техническими средствами.

Обучающийся, на защите которого присутствуют руководитель и (или) рецензент (при защите ВКР специалистов и магистров), по согласованию с председателем комиссии приглашается к защите с учетом пожеланий очередности руководителя (и рецензента). При необходимости этот порядок может быть изменен по решению председателя ГЭК.

Перед выступлением обучающегося по поручению председателя государственной экзаменационной комиссии секретарь комиссии оглашает отзыв руководителя (и рецензию - при защите ВКР специалистов и магистров). В том случае, если на защите присутствуют руководитель и/или рецензент, свой отзыв (рецензию) они вправе огласить самостоятельно.

Продолжительность выступления обучающегося должна составлять не более 10 минут. Председатель ГЭК вправе прервать обучающегося, вышедшего за пределы временных ограничений.

При необходимости обучающийся в процессе выступления может использовать технические средства, схемы, таблицы, раздаточный, иллюстрационный и презентационный материал.

После выступления обучающегося, члены ГЭК вправе задать ему уточняющие и дополнительные вопросы. После ответа обучающегося на уточняющие и дополнительные вопросы, ему предоставляется возможность ответить на указанные в отзыве и / или рецензии руководителя и (или) рецензента замечания (при наличии).

После окончания процедуры защиты ВКР всех обучающихся ГЭК в присутствии секретаря проводит закрытое обсуждение с целью определения результатов защиты. В это время обучающиеся и иные лица не вправе находиться в аудитории, где проводится обсуждение результатов.

В случае расхождения мнений членов комиссии спорные вопросы решаются голосованием, при этом председатель ГЭК обладает правом решающего голоса.

После окончания обсуждения и выставления оценок председатель ГЭК оглашает результаты защиты ВКР обучающимся. Оглашение результатов защиты ВКР, производится в день защиты ВКР непосредственно после ее завершения, обсуждения результатов и выставления оценок.

В процессе оглашения результатов защиты ВКР председатель ГЭК вправе отметить обучающихся, показавших наиболее высокий уровень знаний, и назвать обучающихся, чьи ответы имели существенные недостатки.

## 7. Фонд оценочных средств

В результате успешного освоения бакалаврской программы у выпускника-бакалавра должны быть сформированы следующие компетенции:

### Универсальные компетенции (УК):

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

	УК-1.1 Знать	УК-1.2 Уметь	УК-1.3 Владеть
Пороговый	процедуры критического анализа	принимать конкретные решения для повышения эффективности принятия решений	методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них
Стандартный (в дополнение к пороговому)	методики анализа результатов исследования	принимать конкретные решения для процедур анализа проблем	методиками постановки цели и определения способов ее достижения
Повышенный (в дополнение к стандартному)	организации процесса принятия ре-	принимать конкретные решения для разработки	методиками разработки стратегий действий при проблемных

к пороговому и стандартному)	шения и разработки стратегий проведения исследований	стратегий.	ситуациях.
------------------------------	--	------------	------------

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

	УК-2.1 Знать	УК-2.2 Уметь	УК-2.3 Владеть
Пороговый	действующие правовые нормы	определять круг задач в рамках поставленной цели	навыками разработки оптимальных способов решения поставленных задач
Стандартный (в дополнение к пороговому)	факторы, влияющие на имеющиеся ресурсы	выбирать оптимальные способы их решения	способами действовать исходя из существующих правовых норм и имеющихся ресурсов
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	правила и нормы для создания оптимальных условий работы	учитывать действующие правовые нормы, имеющиеся ресурсы и ограничения	Инструментами, способствующими умению выбирать оптимальные способы их решения

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

	УК-3.1 Знать	УК-3.2 Уметь	УК-3.3 Владеть
Пороговый	свою роль в команде	организовывать работу коллективов	методами организации и управления коллективом
Стандартный (в дополнение к пороговому)	методики формирования команд;	разрабатывать командную стратегию; управлять коллективом	планированием его действий
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	методы эффективного руководства коллективами	разрабатывать мероприятия по личностному, образовательному и профессиональному росту.	подходами по осуществлению социального взаимодействия организации и общественности

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

	УК-4.1 Знать	УК-4.2 Уметь	УК-4.3 Владеть
Пороговый	современные коммуникативные технологии	применять на практике коммуникативные технологии	методикой межличностного делового общения на государственном языке
Стандартный (в дополнение к пороговому)	современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках;	применять на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах	методикой межличностного делового общения на иностранном языке
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	закономерности деловой устной и письменной коммуникации	применять на практике методы и способы делового общения.	знаниями в области применения профессиональных языковых форм и средств.

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

	УК-5.1 Знать	УК-5.2 Уметь	УК-5.3 Владеть
Пороговый	сущность различных культур	обеспечивать и поддерживать взаимопонимание между обучающимися	способами анализа разногласий
Стандартный (в дополнение к пороговому)	разнообразии и особенностях различных культур	обеспечивать и поддерживать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур	способами анализа конфликтов
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	их соотношение и взаимосвязь.	применять навыки общения в мире культурного многообразия.	знаниями о разнообразии общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

	УК-6.1 Знать	УК-6.2 Уметь	УК-6.3 Владеть
Пороговый	основные принципы профессионального и личностного развития	управлять своим временем	способами управления своей познавательной деятельностью
Стандартный (в дополнение к пороговому)	основные принципы образования	выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития	способами совершенствования своей познавательной деятельностью
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда; способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки.	решать задачи собственного профессионального и личностного развития, включая задачи изменения карьерной траектории; расставлять приоритеты.	навыками, способствующими, на основе самооценки и принципов образования, получать образование в течение всей жизни.

УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

	УК-7.1 Знать	УК-7.2 Уметь	УК-7.3 Владеть
Пороговый	основы спортивной тренировки;	эффективно применять различные формы самостоятельных занятий	технологией планирования и контроля физкультурно-спортивной деятельности,
Стандартный (в дополнение к пороговому)	методику направленного использования средств физической культуры	применять спортивные тренировки с целью укрепления здоровья, физического самосовершенствования	профессионально-прикладными видами спорта;
Повышенный (в дополнение к пороговому)	особенности тренировочной деятельности в зависимости	достичь должного уровня физической подготовленности и поддержания вы-	дополнительными средствами повышения общей и профессиональной работоспособности

и стандартно-му)	от будущей профессиональной деятельности.	сокого уровня профессиональной работоспособности.	
------------------	---	---	--

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

	УК-8.1 Знать	УК-8.2 Уметь	УК-8.3 Владеть
Пороговый	классификацию чрезвычайных ситуаций;	пользоваться, находясь в индивидуальной аптечке, предметами и средствами по их прямому назначению	практическими навыками создания и поддержки безопасных условий жизнедеятельности,
Стандартный (в дополнение к пороговому)	действия при авариях, катастрофах и стихийных бедствиях; назначение, подготовку	оказать первую помощь при кровотечении, ожогах, ранении и травмах	способностью участвовать в спасательных и неотложных аварийно-восстановительных мероприятиях
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	правила пользования индивидуальными средствами защиты при современных средствах поражения.	поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества	знаниями и опытом обеспечения устойчивого развития общества при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах

	УК-9.1 Знать	УК-9.2 Уметь	УК-9.3 Владеть
Пороговый	базовые дефектологические понятия	использовать полученные дефектологические знания	методами получения дефектологических знаний
Стандартный (в дополнение к пороговому)	подходы к их применению в социальной жизнедеятельности общества	использовать полученные дефектологические знания в социальной сфере	методами их использования в социальной сфере
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	подходы к их применению в профессиональной сфере жизнедеятельности общества	использовать полученные дефектологические знания в профессиональной сфере жизнедеятельности общества	методами их использования в профессиональной сфере жизнедеятельности общества

УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

	УК-10.1 Знать	УК-10.2 Уметь	УК-10.3 Владеть
Пороговый	основные производственные показатели предприятия	рассчитывать деятельность предприятия по комплексным параметрам,	способностью оценивать эффективность деятельности предприятия,
Стандартный	основные экономические	анализировать деятель-	экономическими инструмента-

(в дополнение к пороговому)	ческие показатели предприятия	ность предприятия по комплексным параметрам,	ми для принятия оптимальных решений
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	основные стратегии развития предприятия	оценивать экономическое состояние предприятия и целесообразность принятия решения	организационными инструментами для принятия оптимальных решений

УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению

	УК-11.1 Знать	УК-11.2 Уметь	УК-11.3 Владеть
Пороговый	действующие правовые нормы	проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе	правилами общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции
Стандартный (в дополнение к пороговому)	действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности,	организовывать обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе	методами формирования нетерпимого отношения к коррупции
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней	планировать мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе	методами формирования правил общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции всех членов общества

### Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний экономической, организационной и управленческой теории

	ОПК-1.1 Знать	ОПК-1.2 Уметь	ОПК-1.3 Владеть
Пороговый	основы экономических теорий	использовать знание экономической теорий в профессиональной деятельности;	возможностью применять инструментарий экономико-математического моделирования
Стандартный (в дополнение к пороговому)	основы организационных теорий	использовать знание организационной и управленческой теорий в профессиональной деятельности;	методами постановки и решения типовых задач выявления причинно-следственных связей
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	основы управленческих теорий в объеме, необходимом для успешной профессиональной деятельности.	осуществлять постановку профессиональных задач, используя категориальный аппарат экономической, организационной и управленческой наук	подходами по оптимизации деятельности объекта управления

ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем



	ОПК-2.1 Знать	ОПК-2.2 Уметь	ОПК-2.3 Владеть
Пороговый	методы сбора, обработки данных	выбирать адекватные по содержанию профессиональных задач методы обработки данных;	способами выбирать адекватные профессиональным задачам программные продукты;
Стандартный (в дополнение к пороговому)	методы анализа данных, необходимых для решения управленческих задач;	использовать адекватные по содержанию профессиональных задач методы обработки и анализа данных;	оценивать возможности и целесообразность использования цифровых технологий в деятельности организации;
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	современные интеллектуально-поисковые системы.	проводить статистическую обработку и интеллектуальный анализ информации, необходимой для принятия управленческих решений.	использовать для решения профессиональных задач современные цифровые технологии и программные продукты.

ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

	ОПК-3.1 Знать	ОПК-3.2 Уметь	ОПК-3.3 Владеть
Пороговый	основные методы и модели принятия организационно-управленческих решений	реализовывать организационно-управленческие решения;	методами оценки ожидаемых результатов деятельности организации
Стандартный (в дополнение к пороговому)	их социальную значимость, содействовать их реализации	обосновывать, разрабатывать организационно-управленческие решения;	методами оценки ожидаемых результатов реализации предлагаемых организационно-управленческих решений
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	как, в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	оценивать ожидаемые результаты предлагаемых организационно-управленческих решений	методами оценки результатов применяя современный компьютерный инструментарий.

ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций

	ОПК-4.1 Знать	ОПК-4.2 Уметь	ОПК-4.3 Владеть
Пороговый	основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации,	выявлять и оценивать возможности бизнеса с учетом имеющихся ресурсов и компетенций,	методами выявления новых рыночных возможностей,
Стандартный (в дополнение к пороговому)	структуру бизнес-плана	разрабатывать бизнес-планы	методами оценивания новых рыночных возможностей
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	развитие новых направлений деятельности организаций	разрабатывать проекты и направления бизнеса	методами и инструментами маркетинга для развития новых направлений деятельности организации

му)			
-----	--	--	--

ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.

	ОПК-5.1 Знать	ОПК-5.2 Уметь	ОПК-5.3 Владеть
Пороговый	современные информационные технологии	использовать современные информационные технологии	методами выбора современных информационных технологий
Стандартный (в дополнение к пороговому)	программные средства,	использовать программные средства	методами выбора современных программных средств
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	способы управления крупными массивами данных и осуществления их интеллектуального анализа	использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства и проводить их интеллектуальный анализ	способами использовать информационные технологии при решении профессиональных задач

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

	ОПК-6.1 Знать	ОПК-6.2 Уметь	ОПК-6.3 Владеть
Пороговый	принципы работы современных информационных технологий	использовать современные информационные технологии	принципами работы современных информационных технологий
Стандартный (в дополнение к пороговому)	принципы работы программных средств.	использовать современные информационные технологии в профессиональной деятельности	методами работы современных информационных технологий
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	как их использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Использовать программные продукты для анализа и решения задач профессиональной деятельности	навыками использования современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности

### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-1 - Способен анализировать конъюнктуру рынка товаров и услуг, разрабатывать техническое задание для проведения маркетингового исследования

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-1.1.Знать	ПК-1.2.Уметь	ПК-1.3.Владеть (иметь навыки)
Пороговый	закономерности и тенденции развития спроса;	определять параметры рынка, емкость и занимаемую организацией долю рынка	навыками проведения маркетинговых исследований на предприятиях

Стандартный (в дополнение к пороговому)	методы выявления и формирования новых потребностей у покупателей	определять параметры рынка, анализировать рыночную конъюнктуру	методами разработки технического задания для проведения маркетингового исследования
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	методы исследования рынка, конкурентов и продуктов	определять параметры рынка, анализировать рыночную конъюнктуру с использованием современных научных методов познания экономических явлений;	навыками анализа конъюнктуру рынка товаров и услуг, методами разработки технического задания для проведения маркетингового исследования

ПК-4 - Способен исследовать спрос, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", прогнозировать изменения спроса на основе аналитических данных

Планируемые результаты обучения по программе	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>		
	ПК-4.1 Знать	ПК-4.2 Уметь	ПК-4.3 Владеть (иметь навыки)
Пороговый	основные способы анализа спроса в социальной среде	исследовать спрос, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	методами исследования спроса в сети Интернет
Стандартный (в дополнение к пороговому)	существующие подходы к исследованию спроса в социальных проектах и анализу маркетинговой деятельности компании	прогнозировать изменения спроса на основе аналитических данных	современными подходами к управлению потребительским спросом
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	возможности и перспективы использования социальных проектов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	использовать полученную информацию в деятельности компании	технологиями использования полученных в результате исследования данных

ПК-2 - Способен подготавливать отчеты и рекомендации по результатам маркетинговых исследований, формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики

Планируемые результаты обучения по программе	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>		
	ПК-2.1.Знать	ПК-2.2.Уметь	ПК-2.3.Владеть (иметь навыки)
Пороговый	основные правила составления отчетов по результатам маркетинговых исследований	проводить анализ результатов маркетингового исследования	методами оценки проведенного маркетингового исследования,
Стандартный (в	правила составления от-	проводить анализ ре-	методами и инструментами

дополнение к пороговому)	четов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований, направления развития рынка	зультатов маркетингового исследования, составлять отчеты по результатам маркетингового исследования	оценки проведенного маркетингового исследования
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	правила составления отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований, направления развития рынка для формирования предложений по совершенствованию товарной и ценовой политики	формировать рекомендации по развитию товарной и ценовой политики на основе результатов маркетингового исследования	методами и инструментами оценки проведенного маркетингового исследования, знаниями в области развития товарной и ценовой политики

ПК-3 - Способен прогнозировать сбыт продукции и развитие рынка, формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж, исследовать каналы продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения

Планируемые результаты обучения по программе	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>		
	ПК-3.1.Знать	ПК-3.2.Уметь	ПК-3.3.Владеть (иметь навыки)
Пороговый	подходы к прогнозированию сбыта продукции	формировать предложения по совершенствованию систем сбыта	методами прогнозирования сбыта продукции и развития рынка,
Стандартный (в дополнение к пороговому)	подходы к прогнозированию сбыта продукции и развитию рынка	формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	методами формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	способы формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж, а также продвижения продукции	исследовать каналы продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения	методами каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения

ПК-5 - Способен выбирать каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", разрабатывать показатели эффективности продвижения, распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения

Планируемые результаты обучения по программе	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>		
	ПК-5.1.Знать	ПК-5.2.Уметь	ПК-5.3.Владеть (иметь навыки)
Пороговый	каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	выбирать каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	методами выбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Стандартный (в дополнение к пороговому)	показатели эффективности продвижения продукции	принимать конкретные решения для разработки показателей эффективности продвижения	подходами к разработке показателей эффективности продвижения
Повышенный (в дополнение к пороговому и стандартному)	знать способы и методы оценки эффективности распределения ресурсов организации и стратегии продвижения	распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения	способами распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения

### Методические материалы, определяющие процедуру оценивания результатов ВКР.

Цель подготовки и защиты бакалаврской работы состоит в том, чтобы показать уровень подготовки выпускника, профессиональное владение им теорией и практикой менеджмента в соответствии с профильной направленностью образовательной программы, умение самостоятельно с использованием стандартных методик проводить сбор, систематизацию и обработку информации, необходимой для решения конкретных задач управления в организации, и делать выводы на основании анализа полученных данных.

Критерии оценки :

Оценка	Содержание ВКР	Процедура защиты
Отлично	Работа свидетельствует о наличии фундаментальных теоретических и практических знаний выпускника, содержит элементы научного исследования: анализировать литературу, анализировать фактический материал, проводить элементарные исследования по отбору, обработке и систематизации материала. Оформление работы соответствует требованиям, предъявляемым к ВКР	При защите выпускник показывает знание темы, оперирует данными материалов исследования. Во время доклада представлена презентация, наглядные пособия, раздаточный материал, свободно отвечает на поставленные комиссией вопросы.
Хорошо	Работа свидетельствует о наличии знаний по соответствующему направлению подготовки; представляет собой законченную разработку по заявленной теме; свидетельствует об умении автора работать с литературой, содержит элементы исследования. Присутствуют незначительные замечания по оформлению работы	При защите выпускник показывает глубокое знание вопросов темы, свободно оперирует материалами работы. Во время доклада представлена презентация, наглядные пособия (таблицы, схемы, графики и т.п.) или раздаточный материал. Без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы.
Удовлетворительно	Работа имеет теоретическую и практическую части, однако при обзоре литературы не освещены различные точки зрения по разрабатываемой теме, не сформулировано авторское отношение к ним, не обоснована авторская позиция; характеристика результатов исследования не обоснована; заключение не содержит конкретные выводы из проведенной работы и предложения по их реализации.	При защите студент-выпускник проявляет неуверенность, показывает слабое знание проблемы, не всегда дает исчерпывающие ответы на вопросы членов комиссии. Во время доклада представлена презентация, не представлен раздаточный материал и наглядные пособия.
Неудовлетворительно	Работа структурирована, имеет все составляющие, однако во введении не обоснована актуальность, нет анализа изучаемой	При защите бакалаврской выпускной квалификационной работы студент-выпускник затрудняется отвечать на по-

	проблемы на предприятии, в работе нет выводов. В отзыве научного руководителя имеются критические замечания. Оформление работы не соответствует требованиям, предъявляемым к ВКР	ставленные вопросы по разрабатываемой теме. Не представлены презентация, раздаточный материал, наглядные пособия.
--	--	---

## **8. Процедура апелляции по результатам государственных итоговых аттестационных испытаний**

Процедура апелляции устанавливается в соответствии с Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в ФГАОУ ВО «СГЭУ», (утв. Приказом и.о. ректора № 275-ОВ от 28.04.2023 г.).

## **9. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение государственной итоговой аттестации**

### **9.1 Литература:**

#### **9.1.1. Основная литература**

Бизнес-статистика : учебник и практикум для вузов / И. И. Елисеева [и др.] ; под редакцией И. И. Елисеевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14822-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512161>

Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 570 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3225-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488325>

Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507921>

Данько, Т. П. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510948>

Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511939>

Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510978>

Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958>

Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510957>

Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-

е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514184>

Лебедева, Л. В. Организационное консультирование : учебное пособие для вузов / Л. В. Лебедева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 162 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00009-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492358>

Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515470>

Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16502-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531181>

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512019>

Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Воробьева [и др.] ; под редакцией И. В. Воробьевой, К. .. Пецольдт, С. Ф. Сутырина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 398 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02455-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511222>"

Меликян, О. М. Поведение потребителей : учебник / О. М. Меликян. — 5-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 280 с. — ISBN 978-5-394-03521-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110974.html>

Менеджмент : учебник для вузов / Н. И. Астахова [и др.] ; ответственные редакторы Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 422 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16387-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530926> "

Одинцов, А. А. Основы менеджмента : учебное пособие для вузов / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 210 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04814-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513999>

Фомин, В. И. Информационный бизнес : учебник и практикум для вузов / В. И. Фомин. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 251 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14388-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515426>"

Хотяшева, О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510927>"

Чернышева, А. М. Промышленный (B2B) маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 472 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13680-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511415>

### **9.1.2. Дополнительная литература**

Гендина, Н. И. Информационная культура личности в 2 ч. Часть 2 : учебное пособие для вузов / Н. И. Гендина, Е. В. Косолапова, Л. Н. Рябцева ; под научной редакцией Н. И. Гендиной. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 308 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14419-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497004> "

Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов

/ Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511008>

Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Основы теории : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 153 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9799-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513001>

Дубровин, И. А. Поведение потребителей : учебное пособие / И. А. Дубровин. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 311 с. — ISBN 978-5-394-01475-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110989.html>

Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник и практикум для вузов / Н. В. Еремеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09362-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513996>

Жабина, С. Б. Маркетинг продукции и услуг. Общественное питание : учебное пособие для вузов / С. Б. Жабина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05141-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515290>

Забродин, В. Ю. Управленческий консалтинг. Социологический подход : учебное пособие для вузов / В. Ю. Забродин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 130 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10127-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514365>

Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958>

Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 170 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08407-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515137>

Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 408 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16289-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530925>

Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511454>

Консультирование и коучинг персонала в организации : учебник и практикум для вузов / Н. В. Антонова [и др.] ; под редакцией Н. В. Антоновой, Н. Л. Ивановой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8176-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511065>

Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515470>

Мардас, А. Н. Основы менеджмента. Практический курс : учебное пособие для вузов / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 175 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07558-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514278>

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512019>

Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. Л. Абаев [и др.] ; под редакцией



А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 362 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01169-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511347>"

Менеджмент : учебник для вузов / А. Л. Гапоненко [и др.] ; под общей редакцией А. Л. Гапоненко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14954-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510859>"

Молчанова, О. П. Стратегический менеджмент некоммерческих организаций : учебник для вузов / О. П. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 261 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00757-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511752>"

Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515319>

Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 374 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05049-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515049>

Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга : учебник и практикум для вузов / О. К. Ойнер. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04642-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510667>"

Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511398>"

Семенова, Л. М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11387-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517497> "

Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 342 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15611-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510837>

Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520372>

## **9.2. Перечень лицензионного программного обеспечения**

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

## **9.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся**

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Феде-

#### 9.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

#### 9.5. Специальные помещения

Наименование специального помещения	Оборудование
Аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещение для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования