

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**Институт отраслевого менеджмента  
Факультет маркетинга, рекламы и сервиса  
Кафедра Маркетинга и торгового дела**

УТВЕРЖДЕНО

Директор

института отраслевого менеджмента

Иванкина Е.В.

2017 г.



Протокол ученого совета ИОМ

от « 5 » 09 2017 г.

№ 1

**ПРОГРАММА**

**ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

направление подготовки

38.03.02 – Менеджмент

направленность (профиль) "Маркетинг"

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очно-заочная

Москва, 2017 г.

**Автор-составитель:**

К.с.н., старший преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела  
И.В.Родионова

Заведующая кафедрой  
маркетинга и торгового дела к.э.н.,  
доцент



Л.С.Латышова

## СОДЕРЖАНИЕ

### Введение

1. Виды и объем государственной итоговой аттестации
2. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы
  - 2.1. Перечень профессиональных компетенций, владение которыми должен продемонстрировать обучающийся в ходе ГИА:
    - 2.1.1. При защите выпускной квалификационной работы
    - 2.1.2. При сдаче государственного экзамена
  - 2.2. Перечень общепрофессиональных компетенций, на основе которых были освоены профессиональные компетенции
  - 2.3. Перечень универсальных компетенций, подтверждающих наличие у выпускника общих знаний и социального опыта
3. Показатели и критерии оценивания компетенций
  - 3.1. Выпускная квалификационная работа
  - 3.2. Государственный экзамен
4. Шкалы оценивания
  - 4.1. Выпускная квалификационная работа
  - 4.2. Государственный экзамен
5. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы
  - 5.1. Содержание государственного экзамена
  - 5.2. Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен
  - 5.3. Общая характеристика выпускной квалификационной работы
  - 5.4. Перечень рекомендуемых тем ВКР
6. Методические материалы
  - 6.1. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену
  - 6.2. Порядок подготовки и выполнения выпускной квалификационной работы. Требования по оформлению выпускной квалификационной работы.
  - 6.3. Руководство и консультирование
  - 6.4. Процедура защиты выпускной квалификационной работы
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение государственного экзамена
  - 7.1. Основная литература
  - 7.2. Дополнительная литература
  - 7.3. Нормативные правовые документы

## **Введение**

Программа государственной итоговой аттестации предназначена для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению «Менеджмент», направленность (профиль) «Маркетинг» и включает в себя вопросы, связанные с подготовкой и проведением государственного экзамена, а также разработкой и защитой выпускной квалификационной работы (ВКР).

Программа разработана на основании Федерального закона от 27 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (далее Федеральный закон), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации (Приказ от 5 апреля 2017 года № 301), Положения о проведении в РАНХиГС государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, образовательного стандарта Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (далее – Академия), утвержденного приказом ректора Академии от 14 июня 2016 г. № 01-2924 и разработанного на основе федерального государственного образовательного стандарта 38.03.02 Менеджмент, учебных планов, календарных учебных графиков.

Государственная итоговая аттестация выпускника Академии осуществляется государственными аттестационными комиссиями, организуемыми по каждой образовательной программе.

## **1. Виды и объем государственной итоговой аттестации**

Государственная итоговая аттестация включает государственный экзамен и защиту выпускной квалификационной работы.

Общая трудоемкость итоговой государственной аттестации:

9 зачетных единиц – 324 академических часа,

из них:

подготовка и сдача государственного экзамена - 3 зачетные единицы – 108 академических часов,

подготовка к защите выпускной квалификационной работы - 3 зачетные единицы – 108 академических часов,

защита выпускной квалификационной работы - 3 зачетные единицы – 108 академических часов.

## **2. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы**

### **2.1. Перечень профессиональных компетенций, владение которыми должен продемонстрировать обучающийся в ходе ГИА:**

#### **2.1.1. При защите выпускной квалификационной работы**

Организационно-управленческая деятельность:

Владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);

Владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде (ПК-2);

Владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);

Умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-4);

Способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);

Способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);

Владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7);

Владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8);

Информационно-аналитическая деятельность:

Способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9); Владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10); Владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11); Умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12); Умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13); Умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-14); Умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15); Владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-16).

### **2.1.2. При сдаче государственного экзамена**

#### **Организационно-управленческая деятельность:**

Владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1); Владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде (ПК-2); Владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3); Умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-4); Способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5); Способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6); Владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих

решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7);

Владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8);

#### Информационно-аналитическая деятельность:

Способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);

Владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10);

Владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11);

Умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12);

Умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13);

Умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-14);

Умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15);

Владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-16).

Перечень ПК подтверждает готовность выпускника выполнять обобщённые трудовые и трудовые функции, на которые ориентирована образовательная программа.

## **2.2. Перечень общепрофессиональных компетенций, на основе которых были освоены профессиональные компетенции**

Способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);

Способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);

Владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5);

Владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);

Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-

коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7);  
Способность демонстрировать знания последних прорывных направлений в менеджменте и связанных с ними революционных открытий, технологий и продуктов (ОПК-ОС-8).

### 2.3. Перечень универсальных компетенций, подтверждающих наличие у выпускника общих знаний и социального опыта

Способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции (УК ОС-1);  
Способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений (УК ОС-2);  
способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе (УК ОС-3);  
Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном(ых) и иностранном(ых) языке (ах) (УК ОС-4);  
Способность проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества (УК ОС-5);  
Способность выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК ОС-6);  
Способность поддерживать уровень физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК ОС-7);  
Способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК ОС-8);  
Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (УК ОС-9);  
Способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (УК ОС-10).

## 3. Показатели и критерии оценивания компетенций

### 3.1. Выпускная квалификационная работа

Код компетенции	Наименование компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Способ/средство оценивания
ПК-1	Владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов	Владеет навыками сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды для разработки и принятия управленческих решений на уровне бизнес-организации; иметь навыки творческого осмысления постоянно изменяющейся социально-экономической действительности и	Сформировано умение ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций, освоен современный инструментарий управления человеческими ресурсами	Самостоятельная работа во время написания ВКР, коммуникации с научным руководителем, главы ВКР, текст ВКР, выводы по ВКР, предложенные варианты (мероприятия) по повышению



	формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	поиска самостоятельного решения нестандартных управленческих проблем		эффективности конкретной проблемы, иллюстративный материал работы, графики, диаграммы, расчеты,
ПК-2	Владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде	Разрабатывает индивидуально и в составе команды инновационные решения, определяет необходимые для их реализации средства и методы, оценивает их эффективность	Разработаны, реализованы и оценены инновационные процессы.	литература, отзыв руководителя, презентация, процесс защиты и ответы на вопросы во время защиты
ПК-3	Владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Анализирует коммуникационные процессы в организации и разрабатывает предложения по повышению их эффективности; Организует переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации; Проводит диагностику делового партнера и анализирует ситуации межличностного взаимодействия; Разрабатывает стратегию поведения в конфликтной ситуации; Правильно выбирает нужную форму	Установлены, поддержаны деловые контакты; Используются современные технологии эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; Определена оптимальная стратегия поведения в различных деловых контактах для достижения поставленных целей; Используются основные инструменты эффективной деловой коммуникации;	

		<p>общения с учетом ситуации и индивидуальных особенностей делового партнера;          Разрабатывает индивидуально и в составе команды инновационные решения, определяет необходимые для их реализации средства и методы, оценивает их эффективность</p>	<p>Разработана стратегия поведения в конфликтной ситуации;          Проведена диагностика делового партнера и проанализирована ситуация межличностного взаимодействия;          Правильно выбрана нужная форма общения с учетом ситуации и индивидуальных особенностей делового партнера;          Разработаны, реализованы и оценены инновационные процессы.</p>
ПК-4	<p>Умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации</p>	<p>Знает цели, задачи, функции и этапы финансового менеджмента          Планирует финансовые операции          Организует движение финансовых потоков          Контролирует движение финансовых потоков</p>	<p>Проведен финансовый анализ деятельности предприятия          Осуществлено формирование финансовых ресурсов предприятия и их оптимизация;          Проведено размещение капитала и выстроен процесс управления им          Проведен анализ и управление денежными потоками компании.          Проведена оценка стоимости компании</p>
ПК-5	<p>Способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью</p>	<p>Знает понятие, значение и функции управленческого решения          Знает типологию управленческих</p>	<p>Выделена типология управленческих решений и проведена классификация управленческих решений.</p>

	подготовки сбалансированных управленческих решений	решений и предъявляемые к ним требования Знает роль и значение лица, принимающего решения (ЛПР). Знает информационное обеспечение процесса принятия управленческого решения Знает основные этапы процесса принятия управленческого решения	Выделены классификационные признаки управленческих решений: цель, условия принятия, время, информация, последствия, ответственность. Поставлены цели и сформулированы ограничения для принятия решений. Выявлена взаимосвязь целей и решений Проведен анализ внешней среды и ее влияния на реализацию альтернатив. Рассмотрено стимулирование и кадровое обеспечение реализации решения.
ПК-6	Способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	Определяет возможности оптимизации отбора проектов Проводит предварительную аналитическую оценку проекта Проводит измерение, планирование и проектирование затрат проектной деятельности Организует и координирует проектную деятельность Проводит оценку коммерческой эффективности проекта Производит расчеты ожидаемой эффективности проекта	Применены инструментальные средства управления проектами на различных этапах жизненного цикла проекта, Произведена качественная и количественная оценка рисков проектов; Организована маркетинговая деятельность в компании Овладение навыками работы в программе MS Project; Подготовлена проектная документация (технико-экономическое обоснование,

			<p>техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);</p> <p>Проведен анализ результативности и эффективности маркетинговой деятельности.</p>
ПК-7	<p>Владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ</p>	<p>Знает категориально-понятийный аппарат проектного менеджмента.</p> <p>Выделяет основные виды стратегий управления проектами</p> <p>Использует методы формирования и реализации стратегий в рамках управления проектами;</p> <p>Анализирует коммуникационные процессы в организации и разрабатывает предложения по повышению их эффективности;</p> <p>Организовывает переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации;</p> <p>Проводит диагностику делового партнера и анализирует ситуации межличностного взаимодействия;</p> <p>Разрабатывает стратегию поведения в конфликтной ситуации;</p> <p>Правильно выбирает нужную форму общения с учетом ситуации и индивидуальных особенностей делового партнера.</p>	<p>Предоставлен проект и основные этапы его реализации</p> <p>Найдены возможности для применения инновационных методов управления проектами.</p> <p>Сформулированы концепции стратегического менеджмента в рамках управления проектами</p> <p>составлена миссия и стратегические цели организации;</p> <p>использованы различные методы выбора стратегии;</p> <p>определена эффективность выбранной стратегии;</p> <p>Установлены, поддержаны деловые контакты;</p> <p>Использованы современные технологии эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации;</p> <p>Определена оптимальная стратегия поведения в различных деловых контактах для достижения</p>

			<p>поставленных целей;  Использованы основные инструменты эффективной деловой коммуникации;  Разработана стратегия поведения в конфликтной ситуации;  Проведена диагностика делового партнера и проанализирована ситуация межличностного взаимодействия;  Правильно выбрана нужная форма общения с учетом ситуации и индивидуальных особенностей делового партнера.</p>
ПК-8	<p>Владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений</p>	<p>Определяет понятия новшества и жизненного цикла инновации  Знает основы коммуникации с персоналом при внедрении инновации</p>	<p>Оптимизированы структуры системы управления инновациями путем четкого распределения задач, прав и обязанностей;  Выстроена система коммуникации при внедрении инновации</p>
ПК-9	<p>Способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления,</p>	<p>Владеет навыками сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней среды для разработки и принятия управленческих решений</p>	<p>Получены навыки сбора маркетинговой информации о рынке</p>

	<p>выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>		
ПК-10	<p>Владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления</p>	<p>Учитывать количественный и качественный анализ при принятии управленческих решений</p>	<p>Проведен количественный и качественный анализ данных Построены экономические, финансовые и организационно-управленческие модели</p>
ПК-11	<p>Владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формированию информационного обеспечения участников организационных проектов</p>	<p>Анализирует информацию о внутреннем документообороте компании Ведет базы данных по различным показателям в целях обеспечения информационных процессов компании</p>	<p>Проанализирован внутренний документооборот компании Обеспечена информационная поддержка баз данных компании</p>
ПК-12	<p>Умение организовать и поддерживать связи с деловыми</p>	<p>Использует основные элементы речевой ситуации: структуру,</p>	<p>Налажены партнерские связи</p>

	партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	социальную и речевую роли, речевые цели в коммуникации с деловыми партнерами.	Использован опыт партнеров по ведению аналогичных проектов
ПК-13	Умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций	Знает особенности построения бизнес-процессов Использует методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности	Использована методика разработки бизнес-плана Проведен анализ внешней среды компании и внутренних ресурсов компании Проведен анализ рыночных и специфических рисков, использованы результаты для принятия управленческих решений Проведена реорганизация бизнес-процессов компании Оценена экономическая эффективность сконструированных бизнес-процессов.
ПК-14	Умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления	Знает формы бухгалтерской (финансовой) отчетности Знает методики управления затратами Принимает решения на основе данных управленческого учета	Составлены отчёты о финансовых результатах, об изменениях капитала, о движении денежных средств Проведен анализ финансовой отчетности

	затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета		Приняты решения в области ценообразования и управления затратами
ПК-15	Умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	Анализирует риски компании, в которой проходит преддипломную практику  Рассматривает решения об инвестировании и финансировании	Проанализированы риски компании Приняты решения об инвестировании и финансировании
ПК-16	Владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов	Оценивает инвестиционный проект в процессе преддипломной практики Планирует и прогнозирует с учетом рынков и финансовых институтов	Оценен инвестиционный проект Спланирована реализация инвестиционного проекта

### 3.2. Государственный экзамен

Код компетенции	Наименование компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Способ/средство оценивания
ПК-1	Владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение	Владеет навыками сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды для разработки и принятия управленческих решений на уровне бизнес-организации; иметь навыки творческого осмысления постоянно изменяющейся социально-экономической действительности и поиска самостоятельного	Сформировано умение ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций, освоен современный инструментарий управления человеческими ресурсами	Ответы на вопросы билета и дополнительные вопросы членов ГЭК



	проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	решения нестандартных управленческих проблем		
ПК-2	Владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде	Разрабатывает индивидуально и в составе команды инновационные решения, определяет необходимые для их реализации средства и методы, оценивает их эффективность	Разработаны, реализованы и оценены инновационные процессы.	
ПК-3	Владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Анализирует коммуникационные процессы в организации и разрабатывает предложения по повышению их эффективности; Организует переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации; Проводит диагностику делового партнера и анализирует ситуации межличностного взаимодействия; Разрабатывает стратегию поведения в конфликтной ситуации; Правильно выбирает нужную форму общения с учетом ситуации и	Установлены, поддержаны деловые контакты; Используются современные технологии эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; Определена оптимальная стратегия поведения в различных деловых контактах для достижения поставленных целей; Используются основные инструменты эффективной деловой коммуникации; Разработана стратегия поведения	

		индивидуальных особенностей делового партнера; Разрабатывает индивидуально и в составе команды инновационные решения, определяет необходимые для их реализации средства и методы, оценивает их эффективность	в конфликтной ситуации; Проведена диагностика делового партнера и проанализирована ситуация межличностного взаимодействия; Правильно выбрана нужная форма общения с учетом ситуации и индивидуальных особенностей делового партнера; Разработаны, реализованы и оценены инновационные процессы.
ПК-4	Умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации	Знает цели, задачи, функции и этапы финансового менеджмента Планирует финансовые операции Организует движение финансовых потоков Контролирует движение финансовых потоков	Проведен финансовый анализ деятельности предприятия Осуществлено формирование финансовых ресурсов предприятия и их оптимизация; Проведено размещение капитала и выстроен процесс управления им Проведен анализ и управление денежными потоками компании. Проведена оценка стоимости компании
ПК-5	Способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных	Знает понятие, значение и функции управленческого решения Знает типологию управленческих решений и	Выделена типология управленческих решений и проведена классификация управленческих решений.

	управленческих решений	<p>предъявляемые к ним требования</p> <p>Знает роль и значение лица, принимающего решения (ЛПР).</p> <p>Знает информационное обеспечение процесса принятия управленческого решения</p> <p>Знает основные этапы процесса принятия управленческого решения</p>	<p>Выделены классификационные признаки управленческих решений: цель, условия принятия, время, информация, последствия, ответственность.</p> <p>Поставлены цели и сформулированы ограничения для принятия решений.</p> <p>Выявлена взаимосвязь целей и решений</p> <p>Проведен анализ внешней среды и ее влияния на реализацию альтернатив.</p> <p>Рассмотрено стимулирование и кадровое обеспечение реализации решения.</p>
ПК-6	Способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	<p>Определяет возможности оптимизации отбора проектов</p> <p>Проводит предварительную аналитическую оценку проекта</p> <p>Проводит измерение, планирование и проектирование затрат проектной деятельности</p> <p>Организует и координирует проектную деятельность</p> <p>Проводит оценку коммерческой эффективности проекта</p>	<p>Применены инструментальные средства управления проектами на различных этапах жизненного цикла проекта,</p> <p>Произведена качественная и количественная оценка рисков проектов;</p> <p>Организована маркетинговая деятельность в компании</p> <p>Овладение навыками работы в программе MS Project;</p> <p>Подготовлена проектная документация</p>

		Производит расчеты ожидаемой эффективности проекта	(технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); Проведен анализ результативности и эффективности маркетинговой деятельности.
ПК-7	Владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ	Знает категориально-понятийный аппарат проектного менеджмента. Выделяет основные виды стратегий управления проектами  Использует методы формирования и реализации стратегий в рамках управления проектами; Анализирует коммуникационные процессы в организации и разрабатывает предложения по повышению их эффективности; Организовывает переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации; Проводит диагностику делового партнера и анализирует ситуации межличностного взаимодействия; Разрабатывает стратегию поведения в конфликтной ситуации; Правильно выбирает нужную форму общения с учетом	Предоставлен проект и основные этапы его реализации  Найдены возможности для применения инновационных методов управления проектами.  Сформулированы концепции стратегического менеджмента в рамках управления проектами составлена миссия и стратегические цели организации; использованы различные методы выбора стратегии; определена эффективность выбранной стратегии;  Установлены, поддержаны деловые контакты; Использованы современные технологии эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации;

		ситуации и индивидуальных особенностей делового партнера.	<p>Определена оптимальная стратегия поведения в различных деловых контактах для достижения поставленных целей;</p> <p>Использованы основные инструменты эффективной деловой коммуникации;</p> <p>Разработана стратегия поведения в конфликтной ситуации;</p> <p>Проведена диагностика делового партнера и проанализирована ситуация межличностного взаимодействия;</p> <p>Правильно выбрана нужная форма общения с учетом ситуации и индивидуальных особенностей делового партнера.</p>
ПК-8	Владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	<p>Определяет понятия новшества и жизненного цикла инновации</p> <p>Знает основы коммуникации с персоналом при внедрении инновации</p>	<p>Оптимизированы структуры системы управления инновациями путем четкого распределения задач, прав и обязанностей;</p> <p>Выстроена система коммуникации при внедрении инновации</p>
ПК-9	Способность оценивать воздействие макроэкономической среды на	Владеет навыками сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней среды для разработки	Получены навыки сбора маркетинговой информации о рынке

	<p>функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>и принятия управленческих решений</p>	
ПК-10	<p>Владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления</p>	<p>Учитывать количественный и качественный анализ при принятии управленческих решений</p>	<p>Проведен количественный и качественный анализ данных Построены экономические, финансовые и организационно-управленческие модели</p>
ПК-11	<p>Владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения</p>	<p>Анализирует информацию о внутреннем документообороте компании Ведет базы данных по различным показателям в целях обеспечения информационных процессов компании</p>	<p>Проанализирован внутренний документооборот компании Обеспечена информационная поддержка баз данных компании</p>

	участников организационных проектов		
ПК-12	Умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	Использует основные элементы речевой ситуации: структуру, социальную и речевую роли, речевые цели в коммуникации с деловыми партнерами.	Налажены партнерские связи Использован опыт партнеров по ведению аналогичных проектов
ПК-13	Умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций	Знает особенности построения бизнес-процессов Использует методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности	Использована методика разработки бизнес-плана Проведен анализ внешней среды компании и внутренних ресурсов компании Проведен анализ рыночных и специфических рисков, использованы результаты для принятия управленческих решений Проведена реорганизация бизнес-процессов компании Оценена экономическая эффективность сконструированных бизнес-процессов.
ПК-14	Умение применять основные принципы и стандарты	Знает формы бухгалтерской	Составлены отчёты о финансовых результатах, об

	финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета	(финансовой) отчетности Знает методики управления затратами Принимает решения на основе данных управленческого учета	изменениях капитала, о движении денежных средств Проведен анализ финансовой отчетности Приняты решения в области ценообразования и управления затратами
ПК-15	Умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	Анализирует риски компании, в которой проходит преддипломную практику Рассматривает решения об инвестировании и финансировании	Проанализированы риски компании Приняты решения об инвестировании и финансировании
ПК-16	Владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов	Оценивает инвестиционный проект в процессе преддипломной практики Планирует и прогнозирует с учетом рынков и финансовых институтов	Оценен инвестиционный проект Спланирована реализация инвестиционного проекта

#### 4. Шкалы оценивания

##### 4.1. Выпускная квалификационная работа

Оценка	Требования к знаниям
«отлично»	ВКР написана на надлежащем уровне, использованы труды отечественных и зарубежных ученых: монографические источники, периодическая печать, возможности интернет, статистическая информация, собственные расчеты студента, выполненные на персональном компьютере. Отражены: практическая значимость (ценность) работы; применение современной методологии исследования; умение работать со статистическими источниками и экономической литературой; использование для расчетов персональных компьютеров; комплексный, системный подход к разработке и решению темы; наличие элементов творчества; умение грамотно, стройно и логически обоснованно излагать свои мысли,



	исследования и результаты, обобщать расчеты, строить графики и диаграммы по экономическим показателям. Присутствует анализ с выявлением причинно- следственных связей между событиями, показателями, факторами. Указанные факторы оцениваются, приводятся собственные выводы, авторская позиция по отношению к предмету исследования. Разработаны конкретные меры (организационные, практические) по улучшению положения объекта исследования.
«хорошо»	Раскрыты наиболее существенные, значимые аспекты ВКР. Выявлены основные проблемы, связанные с темой, показаны предпосылки их возникновения и сущность. Выработаны конкретные организационные, технико-экономические и иные рекомендации по совершенствованию деятельности предприятия хотя бы по одной из ключевых проблем, поставленных в теоретическом разделе.
«удовлетворительно»	ВКР носит исследовательский характер, содержит теоретические положения, базируется на практическом материале, но отличается поверхностным анализом практического опыта по исследуемой проблеме, имеет заметные отклонения от темы, неполноту и нарушение последовательности изложения, беден терминологический словарь и однообразны теоретические конструкции, отсутствуют содержательное и стилевое единство (переход к публицистике), допущены серьезные фактические и теоретические ошибки, недостаточно доказательны выводы.
«неудовлетворительно»	Цели и задачи ВКР не соответствуют утвержденной теме работы. Достоверность результатов ставится под сомнение, оригинальность и новизна результатов отсутствует. Результаты не представляют практической ценности. ВКР не соответствует требованиям. Презентация и/или доклад не отражает сути выпускной работы. Не продемонстрировано владение материалом работы. Ответы на вопросы не даны.

#### 4.2. Государственный экзамен

Оценка	Требования к знаниям
«отлично»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Приводятся полные сведения по вопросам билета.</li> <li>• Демонстрируются глубокие знания по вопросам билета.</li> <li>• Ответы на поставленные вопросы в билете излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений.</li> <li>• Даются ответы на все вопросы членов ГЭК.</li> </ul>
«хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Приводятся основные сведения относительно вопросов билета.</li> <li>• Демонстрируются неполные знания по вопросам билета.</li> <li>• Ответы на заданные вопросы даются с незначительными ошибками или неточностями.</li> </ul>

«удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Приводятся скудные сведения по вопросам билета.</li> <li>• Демонстрируются поверхностные знания вопросов в билете.</li> <li>• Имеются затруднения с ответами на вопросы членов ГЭК.</li> </ul>
«неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Не продемонстрировано владение материалом работы.</li> <li>• Ответы на вопросы не даны.</li> </ul>

## 5. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы

### 5.1. Содержание государственного экзамена

Государственный экзамен представляет собой итоговый экзамен, который должен наряду с требованиями к содержанию отдельных дисциплин, перечень которых определяется вузом, учитывать также общие требования к выпускнику, предусмотренные образовательным стандартом Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ по направлению Менеджмент.

Государственный экзамен осуществляется в форме устного опроса по экзаменационному билету, включающему два раздела, позволяющих выявить теоретическую подготовку к решению профессиональных задач.

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела
1	2	3
1	1 раздел <b>Экономика предприятия, Теория менеджмента, Управление человеческими ресурсами, Маркетинг, Стратегический менеджмент</b>	<p><b><u>Экономика предприятия</u></b></p> <p><b>Тема 1. Предприятие в конкурентной среде</b>  Организационно-правовые формы организация. Коммерческие организации - хозяйственные товарищества и общества, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия. Факторы, определяющие выбор наиболее эффективных организационных форм функционирования предприятия.  Предприятие и рынок. Деятельность предприятия на рынке, как реакция на конкуренцию и условия спроса-предложения. Отраслевой тип конкуренции. Принципы размещения предприятий, размер предприятий (малые, средние, крупные) и факторы, его определяющие. Концентрация производства, диверсификация. Интеграция деятельности предприятий.  Внешняя среда предприятия. Прямое воздействие внешней среды на экономику предприятия: государство, поставщики, потребители, конкуренты. Косвенное воздействие внешней среды на экономику предприятия: состояние экономики, социальные факторы, политические факторы, достижения НТР, международное экономическое влияние.  Государственное регулирование деятельности предприятия - идеология, методы.  Информационное и методическое обеспечение функционирования предприятий.</p> <p><b>Тема 2. Потенциал предприятия</b>  Уставный капитал и имущество предприятия. Состав активов предприятия, их характеристика. Ресурсы предприятия как основа производственной деятельности. Кругооборот капитала.  Основные фонды (средства) предприятия, их состав и структура. Понятие физического и морального износа. Способы оценки стоимости основных фондов предприятия. Анализ основных фондов - коэффициенты износа, обновления, выбытия. Фондоотдача,</p>

	<p>фондовооруженность, фондоемкость. Пути повышения эффективности использования основных фондов. Финансирование воспроизводства основных фондов, его источники. Инвестиции, их планирование. Лизинг.</p> <p>Оборотные фонды (средства) и их анализ. Определение потребности в оборотных средствах. Нормативная база производственного предприятия. Расчет норматива оборотных средств по основным элементам. Методы учета стоимости запасов. Оценка эффективности использования оборотных средств и пути ее повышения.</p> <p>Кадры предприятия. Типовая структура кадров предприятия отрасли. Численность работников, коэффициент текучести кадров. Понятие рынка труда. Условия труда. Нормирование труда. Требования к обслуживающему персоналу. Подготовка кадров и повышение квалификации. Система оплаты и стимулирования труда на предприятиях отрасли. Организация оплаты труда. Тарифная система. Повременная и сдельная формы оплаты. Контрактная форма оплаты труда. Премирование работников.</p> <p>Производительность труда. Влияние научно-технического прогресса на повышения производительности труда в отрасли.</p> <p><b>Тема 3. Налогообложение предприятия</b></p> <p>Основы системы налогообложения России: федеральные, региональные и местные налоги. Понятие налогооблагаемой базы, схемы начисления налогов, системы льгот. Налогообложение предприятий отрасли - действующее законодательство. Налоги на добавленную стоимость и прибыль. Налог с продаж. Налог на имущество. Плата за ресурсы. Налог на рекламу. Платежи во внебюджетные фонды. Налоговая политика предприятия. Особенности налогообложения малого бизнеса.</p> <p><b>Тема 4. Затраты и себестоимость продукции и услуг</b></p> <p>Понятие затрат, издержек производства и обращения, себестоимости продукции.</p> <p>Принципы формирования состава затрат, включаемых в себестоимость продукции. Разграничение затрат, относимых на себестоимость продукции (работ, услуг), и финансируемых за счет других источников финансирования. Себестоимость товарной и реализованной продукции. Понятие постоянных, переменных, производственных и коммерческих издержек Их характеристика и взаимосвязи.</p> <p>Показатели издержек: уровень издержек, экономичность, эффективность использования ресурсов, издержкоемкость.</p> <p><b>Тема 5. Структура затрат и их оптимизация</b></p> <p>Группировка затрат по экономическому содержанию и калькуляционным статьям расхода. Номенклатура учета элементов затрат, учитываемых в себестоимости продукции и при определении налогооблагаемой прибыли. Методы исчисления и калькуляции себестоимости продукции на предприятии.</p> <p>Анализ производственных затрат предприятия. Проблемы получения качественной информации о себестоимости продукции. Оценка факторов, определяющих общий уровень и структуру затрат (издержек). Пути снижения затрат. Точка безубыточности.</p> <p>Основные статьи затрат производства и обращения.</p> <p><b>Тема 6. Результаты хозяйственно-финансовой деятельности предприятия: показатели, их анализ и планирование</b></p> <p>Экономический анализ коммерческой деятельности предприятия. Методы анализа эффективности использования ресурсов предприятия.</p> <p>Валовой доход - основа коммерческой деятельности и формирования прибыли. Виды и источники доходов предприятия отрасли. Уровень доходов. Анализ валового дохода. Исследование влияния факторов на величину валового дохода. Расчет валового дохода на предстоящий период.</p> <p>Влияние ценовой стратегии предприятия на уровень доходов.</p>
--	---

		<p>Специфика отраслевой стратегии ценообразования. Методы регулирования цен. Виды цен и их формирование на предприятиях отрасли различных форм собственности.</p> <p>Прибыль как основной показатель коммерческой деятельности предприятия. Прибыль от реализации и других видов деятельности. Налогооблагаемая прибыль. Понятие рентабельности предприятия. Система показателей рентабельности.</p> <p>Факторы, влияющие на объем прибыли и рентабельности предприятия. Анализ прибыли и рентабельности. Основные направления использования прибыли. Планирование прибыли предприятия. Оптимизация издержек обращения и производства. Принципы проведения обоснованной ценовой и налоговой политики. Прогнозирование и планирование доходов и финансовых результатов. Управление финансовым состоянием предприятия.</p> <p>Выявление сильных и слабых сторон в развитии предприятия. Анализ вариантов возможных вложений капиталов. Обеспечения выживания предприятия. Оптимизация финансового состояния предприятия: повышение уровня платежеспособности, финансовой устойчивости, уровня рентабельности хозяйственных активов. Мониторинг финансовой деятельности.</p> <p>Анализ уровня коммерческого риска. Сущность и природа риска. Виды хозяйственных рисков. Методы оценки уровня рисков. Профилактика и страхование хозяйственных рисков. Профилактика хозяйственных рисков. Страхование хозяйственных рисков – внутреннее, внешнее.</p> <p><b>Тема 7. Структура планов на предприятии, методы их обоснования и взаимосвязи</b></p> <p>Сущность, задачи и функции планирования в управлении предприятием. Основные принципы и методы планирования. Виды информации и источники ее получения. Внешняя и внутренняя информация.</p> <p>Система планов предприятия, их взаимосвязь. Перспективное (стратегическое) планирование: долгосрочное (10-15 лет) и среднесрочное (5 лет). Текущее (годовое) планирование. Оперативно – производственное планирование. Основные плановые показатели по видам планирования.</p> <p>Типовой план экономического и социального развития предприятия отрасли. Планы производства и реализации продукции (работ, услуг), ресурсного обеспечения (материально-технического снабжения), по труду и кадрам, издержкам производства и реализации (смета затрат), финансовый план, планы производственного (инвестиции) и социального развития. Показатели планов, методы планирования. Источники информации о состоянии экономики предприятия. Внешняя и внутренняя информация. Методы оценки и прогнозирования общеэкономической ситуации и локальных потребительских рынков.</p> <p>Бизнес план, его назначение, основные разделы.</p> <p><b>Тема 8. Учет маркетинговой стратегии в планах развития предприятия</b></p> <p>Обеспечение эффективности функционирования предприятия. Показатели эффективности. Темпы развития предприятия, рост конкурентных позиций на потребительском рынке, возрастание рыночной стоимости предприятия. Методы достижения экономической эффективности. Формирование системы стратегических целей с учетом выбранной модели развития. Оценка разработанной стратегии. Ресурсные ограничители.</p> <p>Экономическая оценка маркетингового плана. Основные задачи обеспечения выполнения маркетинговой стратегии.</p> <p><b>Тема 9. Управленческий учет</b></p> <p>Понятие управленческого учета. Цель управленческого учета.</p>
--	--	--

		<p>Сбор и подготовка данных для принятия управленческого решения. Информация для планирования и управления. Современный уровень и перспективы развития управленческого учета.</p> <p><b>Тема 10. Стратегический и оперативный контроллинг на предприятии</b></p> <p>Сущность, задачи и функции контроллинга. Роль в системе управления предприятием. Взаимосвязь контроллинга с другими функциями управления предприятием. Виды контроллинга.</p> <p>Сущность стратегического и оперативного контроллинга. Система экономических расчетов, используемых в контроллинге.</p> <p><b>Теория менеджмента</b></p> <p><b>Тема 1. Сущность и содержание менеджмента</b></p> <p>Понятие «менеджмент». Различные подходы к определению понятия. Менеджмент как функция, как деятельность, как процесс. Менеджмент как наука и искусство.</p> <p>Виды менеджмента. Субъекты и объекты менеджмента. Роль менеджмента в организации, его характерные черты. Цели и задачи менеджмента организации.</p> <p>Законы менеджмента, их особенности и место в системе законов развития общественного производства. Состав и содержание законов менеджмента. Механизм и формы использования законов в практике менеджмента организации.</p> <p>Принципы менеджмента, их природа и значение в теории и практике. Различные подходы к определению состава принципов менеджмента. Состав и содержание основных принципов менеджмента. Развитие принципов менеджмента организации.</p> <p><b>Тема 2. Организация как система.</b></p> <p>Организация как объект менеджмента. Характерные черты организации. Виды организаций. Хозяйственные организации — как основные структурные единицы народного хозяйства России.</p> <p>Организация как целостная открытая социально-экономическая система. Условия функционирования и развития организации.</p> <p>Внутренняя среда организации: понятие, факторы, основные характеристики, их взаимосвязь и взаимозависимость.</p> <p>Внешняя среда организации. Ее значение в деятельности организации. Характеристики внешней среды. Основные факторы внешней среды и их взаимовлияние. Среда прямого и косвенного воздействия.</p> <p>Управляющая и управляемая системы в организации: понятие, связь и зависимость, состав подсистем их составляющих.</p> <p>Ведущие принципы построения социально-экономических систем.</p> <p><b>Тема 3. Эволюция управленческой мысли.</b></p> <p>Предпосылки возникновения науки менеджмента. Основные направления развития управленческой мысли. Зарубежные школы управления: научного менеджеризма, классическая административная, человеческих отношений, социальных систем. Ситуационный подход.</p> <p>Развитие науки менеджмента в нашей стране. Основные этапы и концепции менеджмента, разработанные в России.</p> <p>Особенности развития теории и практики менеджмента в различных странах.</p> <p><b>Тема 4. Цели менеджмента.</b></p> <p>Понятия: цель, целеполагание. Миссия, цели, ценности организации.</p> <p>Цели организации, цели менеджмента, цели менеджеров, их взаимосвязь.</p> <p>Требования к целям. Классификация целей организации.</p> <p>Соотношение целей и средств в процессе менеджмента.</p> <p>Методологические основы определения целей менеджмента.</p> <p>Моделирование целей менеджмента.</p> <p>Управление по целям и результатам: понятие и характеристика систем управления по целям и результатам.</p> <p><b>Тема 5. Функции менеджмента.</b></p>
--	--	---

	<p>Понятие функций менеджмента, их роль и место в теории и практике. Основные признаки функций менеджмента. Субъективные и объективные факторы определения состава функций менеджмента организации. Функции менеджмента и функции субъектов менеджмента. Классификация функций менеджмента. Общие и конкретные функции менеджмента. Их особенности, состав и содержание. Единство и взаимосвязь функций менеджмента. Соотношение функций на различных уровнях системы менеджмента организации. Изменение состава и содержания функций менеджмента с развитием внутренней и внешней среды.</p> <p><b>Тема 6. Организационные структуры и организационные формы управления.</b></p> <p>Понятие организационной структуры и организационной формы управления. Основные элементы организационной структуры управления: звенья, ступени и связи. Требования, предъявляемые к организационной структуре управления. Основные виды организационных структур управления, их характеристика и условия применения. Принципы формирования организационных структур управления. Факторы, влияющие на формирование и развитие организационных структур управления. Взаимосвязь организационных форм управления. Современные организационные формы управления хозяйственных организаций. Их характеристика. Анализ организационной структуры управления: цели, задачи и направления анализа. Проектирование организационной структуры управления: порядок и методы проектирования, показатели, используемые при проектировании, основные критерии формирования структурных подразделений в организационной структуре управления. Направления совершенствования организационных структур управления.</p> <p><b>Тема 7. Менеджмент как процесс.</b></p> <p>Понятие процесса менеджмента. Свойства и характеристики процесса менеджмента. Содержание процесса менеджмента. Типы процесса менеджмента, условия их использования и влияние на организацию менеджмента. Взаимосвязь структуры и процесса менеджмента. Принципы организации процесса менеджмента. Решения в процессе менеджмента: понятие, сущность, особенности управленческих решений. Их роль и место в процессе менеджмента. Методология разработки, принятия и реализации управленческих решений. Пути совершенствования процесса менеджмента.</p> <p><b>Тема 8. Коммуникации в процессе менеджмента.</b></p> <p>Природа и понятие коммуникаций. Коммуникационный процесс. Основные его элементы. Классификация и характеристика коммуникаций в процессе менеджмента. Роль и содержание межличностных коммуникаций в менеджменте. Барьеры на пути эффективных коммуникаций. Информация и ее роль в процессе менеджмента. Качественные характеристики информации. Классификация информации, используемой в процессе менеджмента. Требования, предъявляемые к информационному обеспечению процессов менеджмента. Информационные системы: понятие, элементы, характеристики. Виды информационных систем. Принципы построения информационных систем. Информационные технологии в работе управленческого персонала. Направления совершенствования информационных систем.</p>
--	---

	<p><b>Тема 9. Методы менеджмента.</b>  Понятия: метод менеджмента, метод науки менеджмента.  Роль методов науки менеджмента и их использование для исследования проблем менеджмента. Диалектический и конкретно-исторический подходы. Системный и комплексный подходы, их соотношение и взаимосвязь. Моделирование и эксперимент в менеджменте. Экономико-математические методы в исследовании проблем менеджмента. Социологические исследования и их роль в менеджменте организации.  Потребности, интересы и мотивы как основа управленческого воздействия.  Мотивация в процессе менеджмента. Понятие и роль мотивации в менеджменте. Классификация мотивов. Зарубежные теории мотивации, их характеристика. Особенности применения теорий мотивации в управленческой практике деятельности организаций в России.  Классификация методов управленческого воздействия.  Понятие, особенности и роль экономических методов в менеджменте организации. Характеристика экономических методов воздействия и специфика в современных условиях становления рыночных отношений.  Организационно-распорядительные методы: понятие, особенности, состав и характеристика. Роль организационно-распорядительных методов в системе методов управленческого воздействия.  Социально-психологические методы воздействия: понятие, роль, особенности, состав, характеристика.</p> <p><b>Тема 10. Управленческий персонал в процессе менеджмента.</b>  Предпосылки возникновения и обособления управленческого труда. Природа, характер, содержание и особенности управленческого труда. Разделение и кооперация управленческого труда: сущность и роль в эффективной деятельности управленческого персонала, виды. Взаимосвязь и зависимость различных видов Разделения и кооперации управленческого труда. Тенденции развития Разделения и кооперации управленческого труда.  Понятия: управленческий персонал, кадры управления, управленческие работники, работники аппарата управления, управляющие, менеджеры.  Роль управленческого персонала в менеджменте организации. Подходы к классификации управленческого персонала.  Характер, содержание и особенности труда различных категорий управленческого персонала, требования, предъявляемые к управленческому персоналу.  Условия и показатели результативной деятельности управленческого персонала.  Структура и численность работников аппарата управления и тенденции их изменения.</p> <p><b>Тема 11. Эффективность менеджмента.</b>  Понятие эффективности менеджмента. Связь эффективности менеджмента с эффективностью деятельности организации. Виды эффективности менеджмента, их взаимосвязь и взаимозависимость.  Затраты на управление: понятие, состав в общих затратах организации, тенденции изменения.  Факторы и направления повышения эффективности менеджмента.  Принципы, методы и показатели оценки эффективности менеджмента.  Современные подходы.</p> <p><b><u>Управление человеческими ресурсами</u></b>  <b>Тема 1. Персонал организации и управление им</b>  Требования бизнес стратегии к человеческим ресурсам и управлению персоналом. Построение системы учета кадров. Особенности документационного обеспечения организации при внедрении стандартов серии ISO9000:2000.</p>
--	--

	<p>Диагностика потребности организации в персонале. Анализ деятельности. Должностные инструкции.</p> <p>Особенности подбора персонала для управляющей компании: практический опыт и теоретические разработки. Организация системы найма персонала. Технологии поиска, отбора и оценки персонала.</p> <p>Технология оценки степени соответствия профессиональных и психологических качеств соискателей на вакансии. Метод «ассесмент-центр». Структурированное интервью. Метод кейсов.</p> <p><b>Тема 2. Адаптация персонала</b></p> <p>Понятие и виды адаптации персонала. Организация процесса адаптации. Проблемы социально-психологической адаптации различных категорий работников.</p> <p><b>Тема 3. Мотивация персонала</b></p> <p>Разработка системы мотивации и стимулирования персонала. Диагностика и управление мотивацией персонала. Особенности мотивации персонала управляющей компании. Основные виды мотивации персонала. Нематериальная мотивация. Материальная мотивация.</p> <p>Формирование системы оплаты труда. Постоянная и переменная части оплаты труда.</p> <p>Оценка эффективности деятельности персонала на основе KPI (ключевых показателей эффективности). Критерии измерения. Связь с вознаграждением сотрудников.</p> <p>Формирование социального пакета.</p> <p><b>Тема 4. Оценка и развитие персонала</b></p> <p>Организация и проведение процедуры оценки эффективности деятельности персонала.</p> <p>Формирование кадрового резерва. Индивидуальное планирование карьеры. Стратегия развития персонала как элемент стратегии развития организации. Формирование стратегии развития персонала.</p> <p>Обучение персонала: оценка потребности в обучении, организация, методы, оценка результатов.</p> <p><b>Тема 5. Корпоративная культура: формирование и развитие</b></p> <p>Основные параметры и свойства корпоративной культуры. Типология корпоративных культур. Функции корпоративной культуры в управлении организацией и ее персоналом.</p> <p><b>Тема 6. Особенности управления человеческими ресурсами в условиях организационных изменений.</b></p> <p>Анализ организационной структуры: соответствие организационной структуры стратегическим целям организации; анализ и оптимизация процессов взаимодействия между подразделениями.</p> <p>Определение потребностей в персонале (количество и качество) с учетом стратегических целей компании. Анализ соответствия квалификации персонала выполняемым функциям.</p> <p>Способы оптимизации бизнес-процессов организации с целью снижения расходов на персонал.</p> <p><b>Тема 7. Организационное поведение</b></p> <p>Личность в организации. Содержательные потребностно-мотивационные теории. Коммуникационный процесс в организации. Управление конфликтами.</p> <p><b>Маркетинг</b></p> <p><b>Тема 1. Современные концепции маркетинга.</b></p> <p>Характеристика современных концепций маркетинга: производственная, товарная, сбытовая, маркетинговая концепция, концепция холистического маркетинга; маркетинг партнерских отношений; интегрированный маркетинг; внутренний маркетинг; социально-ответственный маркетинг.</p> <p><b>Тема 2. Сущность процесса сегментации.</b></p> <p>Этапы процесса целевого маркетинга. Этап I. Деление рынка на сегменты. Критерии, используемые для сегментации потребительских и деловых рынков. Методы сегментирования. Этап II. Выбор целевого</p>
--	---



		<p>сегмента. Критерии выбора целевых сегментов рынка. Стратегии охвата рынка: недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг, нишевый маркетинг и индивидуализированный маркетинг. Этап III. Позиционирование товара (фирмы) на рынке. Цели и стратегии позиционирования. Этап IV. Разработка маркетинговой программы для целевого сегмента рынка.</p> <p><b>Тема 3. Товарная политика фирмы.</b> Основные этапы создания нового товара: поиск и первоначальный отбор идей, разработка и тестирование концепции нового продукта, бизнес-анализ идей, создание опытных образцов, опытное производство, пробные продажи, коммерциализация. Основные причины провалов новых товаров на рынке. Ключевые факторы успеха новых товаров на рынке. Управление товарным ассортиментом. Широта, длина и глубина товарного ассортимента. Стратегии относительно товарного ассортимента. Жизненный цикл товара (ЖЦТ) как основа товарной политики фирмы. Характеристика этапов ЖЦТ. Понятия «товарный знак», «торговая марка», «бренд», «брендинг». Частные торговые марки.</p> <p><b>Тема 4. Сбытовая политика фирмы.</b> Характеристика способов организации сбытовой деятельности фирмы. Характеристика каналов распределения. Функции участников канала распределения. Стратегии сбыта. Современные тенденции в организации товаропроводящих сетей.</p> <p><b>Тема 5. Коммуникационная стратегия фирмы.</b> Цели коммуникационной политики фирмы. ATL и BTL - коммуникации. Современные тенденции в сфере маркетинговых коммуникаций. Понятие «реклама». Закон о рекламе РФ. Характеристика этапов планирования рекламной кампании. Цели и задачи «паблик рилейшнз». Основные методы и средства, используемые специалистами по ПР. Мероприятия по стимулированию сбыта, цели их проведения. Организация личных продаж. Директ маркетинг. Каналы директ маркетинга. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Оценка эффективности инструментов коммуникационной политики.</p> <p><b><u>Стратегический менеджмент</u></b> Понятие стратегии, ее цели и основные компоненты. Разработка стратегии фирмы. Анализ альтернатив. Общее понятие о стратегии. Стратегия фирмы в контексте ее миссии, целей, задач. Компоненты стратегии. Поле применения. Размещение ресурсов. Конкурентное преимущество. Синергия. Общие рамки стратегического менеджмента. Выбор стратегии и ее реализация. Мониторинг. Разработка стратегии фирмы, основные этапы. Анализ возможных стратегических альтернатив.. Формирование стратегии. Базовые (общие) стратегии. Стратегия лидерства в снижении издержек. Дифференциация. Фокусирование. Вероятность успеха и степень риска.</p>
2	<p>2 раздел <b>Маркетинговые исследования, Поведение потребителей, Маркетинговые коммуникации, Ценообразование, Маркетинг услуг, Коммерческая деятельность,</b></p>	<p><b><u>Маркетинговые исследования</u></b> Классификация маркетинговой информации. Характеристика первичной и вторичной маркетинговой информации. Требования, предъявляемые к маркетинговой информации. Критерии классификации маркетинговых исследований. Поисковые, описательные и причинные (каузальные) исследования. Постоянные и разовые исследования. Качественные и количественные исследования. Кабинетные и полевые исследования. Характеристика основных этапов маркетингового исследования. Методы сбора первичной маркетинговой информации: наблюдения, эксперименты, опросы. Классификация опросов в маркетинговых исследованиях. Характеристика типов опроса, их преимущества и недостатки. Источники получения вторичной маркетинговой</p>

	<p><b>Интернет-маркетинг, Правовое регулирование маркетинговой деятельности</b></p>	<p>информации.  Методы построения выборки. Этапы построения выборки. Определение необходимого размера выборки Вероятностные и не вероятностные способы построения выборки, соображения при выборе между ними.  Общая характеристика инструментария, используемого в опросах. Организационные аспекты проведения опросов. Обработка информации как подготовительный этап для анализа информации. Подготовка аналитического отчета и его презентация. Форматы аналитических материалов.  Этические нормы при проведении маркетинговых исследований. Кодекс ESOMAR.</p> <p><b><u>Поведение потребителей</u></b>  Определение термина «поведение потребителей». Потребители и рынок. Потребление как предмет маркетингового анализа. Концепции маркетинга, ориентированные на потребителя. Глобализация потребления. Концепция субъективной ценности и проблема ценообразования.  Этапы процесса принятия потребителями решения о покупке. Процесс принятия решений потребителями. Основные стадии процесса принятия решения потребителем: осознание потребности (проблемы); поиск информации; оценка и выбор альтернатив; покупка; процессы, следующие за покупкой. Типы процессов принятия решения: первичные, повторные, импульсивные покупки. Модель человека в современной экономической теории. Виды благ. Асимметрия информации и сигнализирование. Функциональный и нефункциональный спрос. Роль риска и неопределенности при анализе потребительского выбора. Методология предсказания выбора рационального потребителя.  Факторы внешнего влияния на поведение потребителей. Влияние культуры на поведение потребителей. Влияние субкультуры (этнической, религиозной, возрастной и т.д.). Особенности потребительского поведения представителей различных социальных классов. Влияние референтных групп на поведение потребителей (нормативное, ценностно-ориентированное, информационное). Влияние семьи и домохозяйства на поведение потребителей. Роли членов семьи в принятии решения о покупке. Гендерные модели потребления.  Индивидуальные детерминанты поведения потребителей. Психологические факторы, влияющие на поведение потребителей: восприятие, обучение и память, мотивация и ценности. Роль мотивации в потребительском поведении. Структура потребительских мотивов. Знания потребителей. Убеждения, чувства, установки и намерения потребителей. Демография, психографика и личность. Стиль жизни. Теории личности, их применение в маркетинге. Эвристики и иррациональные процедуры выбора. Физиологические детерминанты выбора. Нейромаркетинг.  Организационный стиль потребительского поведения. Сущность и факторы покупательского поведения организаций. Оппортунистическое поведение в организации. Проблема «центрального агента». Модель организационного покупательского поведения. Процесс принятия решения о покупках в организациях. Консьюмеризм и общество. Защита прав потребителей.  Воздействие на потребителей. Методология исследования потребительского поведения. Роль исследования потребительского поведения в современном маркетинге. Цель маркетинговых коммуникаций. Методы маркетинговых исследований потребителей.</p> <p><b><u>Маркетинговые коммуникации</u></b>  Характеристика инструментов коммуникационной политики фирмы. ATL и BTL-коммуникации. Коммуникации в интернет-среде. WEB</p>
--	---	--

	<p>2.0. Современные тенденции в сфере маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Содержание понятия медиапланирования. Комбинированные параметры медиапланирования. Охват, частота, стоимость, избирательность. Особенности и ограничения применимости различных медиа. Критерии выбора и оптимизации медиа. Методы оценки эффективности коммуникационных инструментов и кампаний.</p> <p><b><u>Ценообразование</u></b>  Содержание ценовой политики фирмы и факторы ее планирования. Современное значение ценовой политики. Составные элементы процесса управления ценовой политикой. Новые тенденции в ценовой политике. Система факторов, определяющая ценовую политику фирмы.  Основы управления ценовой политикой. Цели, инструменты, стратегии. Виды и структура цены. Верхний и нижний предел цены. Оценка ценовой чувствительности потребителя. Цена и эффективность потребления: порог «равновыгодности». Нижний предел цены: проблема окупаемости. Цена и себестоимость. Учет затрат. Цена и бренд. Ценовое позиционирование бренда. Этапы формирования.  Исследования цен. Выбор метода. Метод определения спроса на основе анализа фактических цен и объемов продаж. Ценовые эксперименты. Табличный метод определения спроса и оптимальной цены. Метод графического сглаживания для определения общей динамики спроса. Методы экспертных оценок и опросов покупателей. Стратегические подходы к выбору ценовой политики. Выбор стратегической цели. Ценовая политика на разных фазах ЖЦТ. Стратегии низких цен. Дифференциация цен. Ценовая дискриминация.  Выбор метода ценообразования. Затратные методы. Параметрические методы ценообразования. Рыночные методы – учет потребительской оценки.</p> <p><b><u>Маркетинг услуг</u></b>  Понятие и общая характеристика товара. Услуга и ее роль в современной экономике. Основные характеристики услуг. Классификация услуг. Жизненный цикл услуги. Специфика маркетинга услуг и его принципиальные отличия от маркетинга продукта. Особенности рынка услуг.  Особенности маркетинга услуг. Неосвязаемость услуг. Неотделимость, неразрывность производства и потребления услуги. Непостоянство качества, изменчивость. Недолговечность, неспособность услуг к хранению. Отсутствие владения. Взаимозаменяемость услуг товарами, имеющими материальную форму.  Специфика процесса оказания услуг. Степень дифференциации услуг. Неопределенности результата деятельности по оказанию услуг.  Характеристика типов покупательского поведения пользователей услуг. Этапы поведения потребителя на рынке услуг. Интервалы между ожидаемым и фактическим обслуживанием.  Маркетинг сервисных услуг. Понятие и виды сервисных услуг. Услуги сервиса и их классификация. Понятие и оценка качества услуги.</p> <p><b><u>Коммерческая деятельность</u></b>  Понятие и сущность коммерческой деятельности.  Коммерческие процессы и операции. Условия осуществления коммерческой деятельности: рынок и собственность. Результативность коммерческой деятельности.  Участники коммерческой деятельности. Типы и формы коммерческих организаций. Организационно-правовые формы коммерческой деятельности.</p>
--	--

	<p>Государственное регулирование коммерческой деятельности. Направления государственного регулирования коммерческой деятельности. Методы государственного регулирования. Уровни государственного регулирования.</p> <p>Организация хозяйственных связей. Классификация договоров и порядок их заключения в коммерческой деятельности. Договор купли-продажи. Договор комиссии. Договор консигнации.</p> <p>Формирование и управление товарным ассортиментом коммерческого предприятия. Понятие и сущность товара в коммерческой деятельности. Классификация товаров. Понятие и виды товарного ассортимента. Ассортиментная политика предприятия. Этапы ее формирования. Показатели ассортимента. Принципы формирования ассортимента. Особенности формирования ассортимента производителя, предприятия оптовой и розничной торговли. Анализ товарного ассортимента. ABC, XYZ, VEN анализ. Анализ товарной линии по экономическим критериям – мощность, доходность. Концепции управления ассортиментом. Оптимизация ассортимента – наполнение, распространение, элиминирование, выделение, ценообразование. Управление товарной маркой (брендинг). Управление товарным сервисом.</p> <p>Организация посреднической деятельности. Организация закупок. Типы договоров в оптовой торговле. Роль посредников в организации коммерческой деятельности. Организация работы выставок-ярмарок. Организация биржевой торговли. Организация аукционной торговли. Тендеры.</p> <p>Организация розничной торговли. Понятие розничной торговой сети. Форматы предприятий розничной торговли. Розничные торговые операции. Формы и методы розничной продажи товаров. Поддержка продаж в розничной торговле. Мерчандайзинг как форма поддержки продаж. Методы выкладки товара. Воронка продаж. Организация электронной торговли.</p> <p>Франчайзинг в коммерческой деятельности. Договор коммерческой концессии. Виды франчайзинга.</p> <p>Аутсорсинг в коммерческой деятельности. Краудсорсинг.</p> <p>Показатели эффективности работы коммерческого предприятия.</p> <p><b><u>Интернет-маркетинг</u></b></p> <p>Направления развития информационных технологий, оказавших наибольшее влияние на появление и рост электронного бизнеса. Электронный бизнес и электронная коммерция. Их масштабы и перспективы развития. Интернет-маркетинг. Особенности и отличия от традиционного маркетинга.</p> <p>Принципы построения сети Интернет. Устройство Интернета, семейство протоколов TCP/IP, система доменных имен. Службы Интернета. Обеспечение информационной безопасности в сети Интернет. Виды платежных систем в Интернете. Основные принципы их функционирования.</p> <p>Коммуникативные характеристики Интернета. Их отличия от традиционных средств массовой информации. Аудитория сети Интернет, ее размер, основные маркетинговые характеристики. Особенности процесса навигации в Сети. Управление взаимоотношениями с клиентами.</p> <p>Маркетинговая информационная система. Особенности организации маркетинговых исследований в Интернете. Инструменты и средства, которыми обладает Интернет для проведения маркетинговых исследований. Методы поиска информации в Интернете. Проведения опросов в Интернете. Их особенности. Сбор маркетинговой информации о пользователях Интернета.</p> <p>Определение товара и товарной политики. Наиболее эффективные для продаж через Интернет группы товаров. Влияние Интернета на формирование маркетингового окружения и жизненный цикл товара. Применение Интернета для улучшения пред- и послепродажного</p>
--	--

	<p>обслуживания. Использование средств Интернета для разработки и создания новых товаров. Развитие сферы услуг в Интернете.</p> <p>Политика ценообразования и основные принципы ее формирования. Процесс установления исходной цены на изделие или услугу, и влияние, оказываемое на него Интернетом. Взаимосвязь цены с обстоятельствами и возможностями предприятия. Определение момента для изменения цены. Интернет-аукционы и их роль в ценообразовании.</p> <p>Каналы распределения товаров. Особенности организации розничной торговли в Интернете. Новые виды посредников, обусловленные развитием сети Интернет.</p> <p>Принципы функционирования маркетинговых коммуникаций в Интернете и их использование для получения максимальной отдачи. Web-сайт компании и его место в общей программе коммуникаций в Интернете. Основные этапы, построения эффективного web-сайта. Методы продвижения web-сайта в Интернете для привлечения целевой аудитории. Методы удержания посетителей сайта.</p> <p>Реклама в Интернете. Средства рекламы в Сети и методы (способы) их использования. Методы по стимулированию сбыта в Интернете. Основные методы организации связей с общественностью в Интернете и их особенности. Интернет-брендинг, его отличие от традиционного брендинга.</p> <p><b><u>Правовое регулирование маркетинговой деятельности</u></b></p> <p>Государственное регулирование маркетинговой деятельности: история, современность и перспективы. Противоречия маркетинговой деятельности. Маркетинговая деятельность в условиях нелинейной социо-культурной динамики. Состояние рыночной неопределённости: свободен ли потребительский выбор? Социальная рациональность: «макдональдизация» и «сникеризация» рынка. Децивизация, как легитимный обман.</p> <p>Социальная ответственность бизнеса перед потребителем. Целесообразность и результативность государственного вмешательства в маркетинговый процесс. Воздействие на маркетинг в индустриальном и постиндустриальном обществе. Государственный маркетинг: опыт административно-командных систем. Влияние государства на потребительское поведение: либеральный и этатистский подходы. Технологии обратной связи с потребителем как регулирующий фактор рыночных отношений.</p> <p>Потребительский рынок и маркетинговая деятельность как объекты государственного регулирования. Потребительский рынок – сфера приложения маркетинговой деятельности. Сущность и социально-экономическое значение потребительских рынков. Потребительский рынок, как объект маркетинговой деятельности. Современные проблемы функционирования потребительского рынка России. Внутренний спрос и его факторы. Валовое потребление потребительских товаров и товарооборот по группам: основные тренды. Ценовая доступность товаров. Обеспеченность торговыми площадями и инфраструктурные недостатки. Контроль качества и безопасности товаров. Теневой оборот.</p> <p>Государственные программы развития российского потребительского рынка. Поддержка и стимулирование внутреннего спроса. Развитие системы технического регулирования. Программы поддержки экспорта. Повышение платежеспособности населения и ценовой доступности товаров. Формирование инфраструктурных стандартов обслуживания, упорядочение торговли, развитие ее современных технологий. Контроль экономической концентрации, развитие конкуренции. Содействие занятости в торговле.</p> <p>Структура органов государственного регулирования маркетинговой деятельности. Федеральный региональный и местный уровень регулирования.</p> <p>Государственное регулирование товарной политики компаний.</p>
--	--

		<p>Товарная политика, как составляющая комплекса маркетинга. Регулирование отношений в сфере брендинга и охраны товарных знаков. Органы регулирования и нормативно-правовая баз. Маркировка товаров: требования и ограничения. Закрепление прав на товарные знаки и наименования мест происхождения товаров, практика признания знаков общеизвестными. Практика охраны товарных знаков, ответственность за незаконное использование.</p> <p>Упаковка товара, как инструмент товарной политики в разрезе государственного регулирования. Упаковка, как средство и процесс в системе маркетинга. Социально-экономические проблемы, связанные с упаковкой товаров. Регламенты и требования к упаковке. Регулирование гражданско-правовых отношений в области упаковки. Практика, требования и ограничения предоставления информации на упаковке.</p> <p>Регулирование ассортимента и качества товаров. Особенности и практика регулирования по отдельным товарным группам. Внедрение систем менеджмента качества в разрезе государственного регулирования. Меры государства по защите прав потребителя в области качества, гарантии производителей и продавцов. Ответственность за нарушения в области качества и безопасности товаров.</p> <p>Воздействие государства на механизм ценообразования. Цена как объект стратегий компаний и государственного регулирования. Цена в комплексе маркетинга. Базисные ценовые стратегии и предпосылки успеха в ценовом соперничестве: российская практика. Свободные и регулируемые цены: общее и особенное.</p> <p>Социально-экономические предпосылки ценового регулирования в России.</p> <p>Традиционные инструменты воздействия на ценовой механизм: российская практика. Нормативная база ценового регулирования. Прямое регулирование цен и тарифов. Косвенное налогообложение. Интервенции и государственные закупки. Таможенное регулирование. Ценовой мониторинг. Меры антимонопольной политики. Специфические аспекты ценового регулирования в России. Ответственность за нарушения в области ценообразования.</p> <p>Регулирование маркетинговых коммуникаций и информации. Маркетинговые коммуникации в системе комплекса маркетинга. Регулирование внешних корпоративных коммуникаций. Информационные потоки в системе регулирования. Имидж и деловая репутация компаний, как объекты черного пиара. Оценка вреда деловой репутации: практика и проблемы. Ответственность за распространение недостоверной информации. Регулирование выставочной деятельности: правовая база, государственные и общественные организации. Механизм развития и поддержки выставочной деятельности в России.</p> <p>Государственное регулирование комплекса продвижения. Реклама в системе гражданско-правовых отношений. Реклама, как объект авторского и смежного права. Общие и специальные требования к рекламе. Противоречия регулирования рекламной деятельности в России. Ответственность за нарушения в области рекламных коммуникаций. Регулирование стимулирующих мероприятий компаний.</p> <p>Развитие и регулирование каналов распределения товаров. Каналы распределения в комплексе маркетинга. Сетевой маркетинг, как объект регулирования. Отдельные аспекты деятельности многоуровневых маркетинговых структур в России: типовые нарушения законодательства. Практика регулирования сетевого маркетинга. Регулирование дистанционной торговли. Регулирование розничной торговли. Общие принципы и нормативно-правовая база регулирования. Регулирование розничных товарных рынков в разрезе государственной социально-экономической политики. Регулирование</p>
--	--	--

## 5.2. Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен

### Часть 1

1. Организационно-правовые формы организации. Факторы, определяющие выбор организационно-правовой формы.
2. Основные фонды организации: состав, классификация, оценка. Износ и амортизация основных фондов.
3. Основные фонды организации. Анализ эффективности использования основных фондов, пути ее повышения.
4. Оборотные фонды организации, состав, структура, источники образования. Анализ показателей эффективности использования.
5. Заработная плата в организации. Системы и формы оплаты труда.
6. Понятие затрат, расходов и себестоимости продукции. Группировка расходов организации. Точка безубыточности.
7. Показатели финансово – хозяйственной деятельности организации. Прибыль, виды прибыли. Порядок формирования и использования прибыли.
8. Прибыль и рентабельность организации, система показателей рентабельности. Анализ рентабельности, пути повышения.
9. Цена, элементы цены, классификация цен. Процесс ценообразования в организации.
10. Планирование деятельности организации, сущность и задачи планирования. Структура и показатели планов организации.
11. Основные направления развития управленческой мысли. Зарубежные школы управления: научного менеджизма, классическая административная, человеческих отношений, социальных систем.
12. Миссия, цели, ценности организации. Цели организации, цели менеджмента, цели менеджеров, их взаимосвязь. Управление по целям и результатам: понятие и характеристика систем управления по целям и результатам.
13. Общие и конкретные функции менеджмента. Их особенности, состав и содержание. Изменение состава и содержания функций менеджмента с развитием внутренней и внешней среды.
14. Основные виды организационных структур управления, их характеристика и условия применения. Факторы, влияющие на формирование и развитие организационных структур управления. Современные организационные формы управления организациями.
15. Проектирование организационной структуры управления: порядок и методы проектирования, показатели, используемые при проектировании, основные критерии формирования структурных подразделений в организационной структуре управления.
16. Направления совершенствования организационных структур управления.
17. Понятие процесса менеджмента. Свойства и характеристики процесса менеджмента. Содержание процесса менеджмента. Типы процесса менеджмента, условия их использования и влияние на организацию менеджмента.
18. Классификация и характеристика коммуникаций в процессе менеджмента. Роль и содержание межличностных коммуникаций в менеджменте. Барьеры на пути эффективных коммуникаций.
19. Виды эффективности менеджмента, их взаимосвязь и взаимозависимость. Затраты на управление: понятие, состав в общих затратах организации, тенденции изменения. Принципы, методы и показатели оценки эффективности менеджмента.

20. Элементы системы управления человеческими ресурсами. Диагностика потребности организации в персонале. Организация системы найма персонала. Технологии поиска, отбора и оценки персонала.
21. Технология оценки степени соответствия профессиональных и психологических качеств соискателей на вакансии. Метод «ассесмент-центр». Структурированное интервью. Метод кейсов.
22. Разработка системы мотивации и стимулирования персонала. Формирование системы оплаты труда. Постоянная и переменная части оплаты труда.
23. Оценка эффективности деятельности персонала на основе КРІ (ключевых показателей эффективности). Критерии измерения. Связь с вознаграждением сотрудников.
24. Основные параметры и свойства корпоративной культуры. Типология корпоративных культур. Функции корпоративной культуры в управлении организацией и ее персоналом.
25. Определение потребностей в персонале с учетом стратегических целей компании. Анализ соответствия квалификации персонала выполняемым функциям. Способы оптимизации бизнес-процессов организации с целью снижения расходов на персонал.
26. Сущность процесса сегментации. Этапы процесса целевого маркетинга.
27. Оценка и выбор целевых сегментов рынка. Стратегии охвата рынка: концентрированный, дифференцированный, массовый, нишевый и кастомизированный маркетинг.
28. Позиционирование товаров и услуг: сущность, стратегии.
29. Этапы создания нового товара. Жизненный цикл товара как основа товарной политики фирмы. Характеристика этапов жизненного цикла товара.
30. Характеристика этапов процесса принятия решения потребителем.

## Часть 2

1. Характеристика рынка маркетинговых исследований. Ситуация на рынке маркетинговых исследований. Тренды рынка.
2. Типы исследовательской информации. Первичная и вторичная информация. Проблемы и возможности использования. Источники получения.
3. Качественные маркетинговые исследования: понятие, характеристики. Основные виды качественных исследований.
4. Современные методы качественных исследований: этнография, MROC, нейромаркетинговые исследования: сущность, характеристика методов.
5. Опросы в маркетинговых исследованиях. Типы опросов. Преимущества и недостатки.
6. Основные этапы составления анкеты для проведения опроса. Типы вопросов. Порядок расположения в анкете.
7. Техника шкалирования в маркетинговых исследованиях. Основные типы шкал: характеристика.
8. Методы формирования выборочной совокупности для проведения маркетингового исследования. Характеристика методов. Определение объема выборки.
9. Проведение маркетинговых исследований посредством Интернет технологий. Типы и особенности проводимых исследований.
10. Факторы, влияющие на принятие решения покупателем о покупке. Факторы внешнего влияния и внутренние (психологические) факторы, влияющие на поведение покупателей.
11. Современные тенденции в сфере маркетинговых коммуникаций. ATL и BTL-коммуникации. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
12. Комбинированные параметры медиапланирования. Охват, частота, стоимость, избирательность. Особенности и ограничения применимости различных медиа. Критерии выбора и оптимизации медиа.



13. Этапы, задачи и факторы ценообразования.
14. Структура цены. Нижний и верхний предел цены. Оценка ценовой чувствительности и факторы ее снижения. Методы определения ценовой чувствительности.
15. Роль ценообразования в стимулировании сбыта, типы скидок.
16. Выбор метода ценообразования. Затратные методы. Параметрические методы ценообразования. Рыночные методы - учет потребительской оценки.
17. Основные характеристики услуг. Классификация услуг. Особенности маркетинга услуг.
18. Классификация договоров и порядок их заключения в коммерческой деятельности. Договор купли-продажи. Договор комиссии. Договор консигнации. Договор коммерческой концессии.
19. Ассортимент коммерческого предприятия. Промышленный и торговый ассортимент. Показатели ассортимента: широта, глубина, сбалансированность, устойчивость, степень обновления.
20. Анализ товарного ассортимента. ABC, XYZ анализ. Понятие, методика проведения. Характеристика полученных категорий. Принятие решений по ним.
21. Роль посредников в организации коммерческой деятельности: выставки-ярмарки, биржи, аукционы, тендеры. Характеристика участников.
22. Организация поставок. Этапы и критерии выбора поставщика.
23. Форматы розничной торговли. Характеристика. Принципы размещения.
24. Электронная торговля: сущность, текущее состояние, тренды развития. Новые виды Интернет-посредников.
25. Мерчандайзинг как форма поддержки продаж: характеристика, особенности в розничной торговле.
26. Организация оптовой торговли: сущность и характеристика сферы. Виды посредников в оптовой торговле.
27. Комплекс интернет-маркетинга
28. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет: основные инструменты и показатели оценки эффективности.
29. Медиа-планирование в интернет-маркетинге: основные этапы и оценка эффективности кампании по продвижению
30. Структура органов регулирования маркетинговой деятельности: состав и общие полномочия. Источники правового регулирования маркетинговой деятельности в РФ: законы, подзаконные акты, нормы международного права.

### **5.3. Общая характеристика выпускной квалификационной работы**

Выпускная квалификационная работа бакалавра представляет собой выполненную обучающимся работу, демонстрирующую уровень подготовки выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

ВКР работа должна отразить умения студента самостоятельно разработать избранную тему и сформулировать соответствующие рекомендации.

Основными целями выполнения и защиты выпускных квалификационных работ являются:

- углубление, систематизация и интеграция теоретических знаний и практических навыков по направлению подготовки высшего образования;
- развитие умения критически оценивать и обобщать теоретические положения;
- применение полученных знаний при решении прикладных задач по направлению подготовки;
- стимулирование развития навыков самостоятельной аналитической работы;
- овладение современными методами проведения научных исследований;

- выяснение подготовленности студентов к практической деятельности в условиях рыночной экономики;

- закрепление навыков презентации результатов работы, участия в публичной дискуссии, защиты научных идей, предложений и рекомендаций.

Подготовка ВКР начинается с выбора студентом предварительной темы работы и согласования ее с научным руководителем. Тематика работ с указанием научных руководителей подготавливается и утверждается кафедрой. Возможно выполнение работы по самостоятельно выбранной студентом теме с обоснованием целесообразности её разработки.

#### **5.4. Перечень рекомендуемых тем ВКР**

1. Оценка удовлетворенности клиентов деятельностью компании (на примере компании...)
2. Разработка маркетинговых стратегий выведения и продвижения нового товара (услуги) на рынок (на примере компании...)
3. Совершенствование товарной политики компании (на примере компании...)
4. Совершенствование сбытовой политики компании (на примере компании...)
5. Совершенствование коммуникационной политики компании (на примере компании...)
6. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций компании (на примере компании...)
7. Разработка маркетинговой программы привлечения клиентов компании (на примере компании...)
8. Разработка маркетинговой программы удержания клиентов компании (на примере компании...)
9. Продвижение товаров и услуг с помощью Интернета (на примере компании...)
10. Роль социальных медиа в продвижении компании и ее товаров (на примере компании...)

### **6. Методические материалы**

#### **6.1. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену**

Государственный экзамен - это завершающий этап подготовки бакалавра, механизм выявления и оценки результатов учебного процесса и установления соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям образовательного стандарта Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, утвержденного приказом ректора Академии и разработанного на основе федерального государственного образовательного стандарта 38.03.02 Менеджмент.

Подготовка к экзамену способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к государственному экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На государственном экзамене студент демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения.

В период подготовки к государственному экзамену студенты вновь обращаются к учебно-методическому материалу и закрепляют знания. Подготовка студента к государственному экзамену включает в себя три этапа: самостоятельная работа в течение всего периода обучения; непосредственная подготовка в дни, предшествующие государственному экзамену по темам разделам и темам учебных дисциплин, выносимым на государственную аттестацию.

При подготовке к государственному экзамену студентам целесообразно использовать материалы лекций, учебно-методические комплексы, рекомендованные правовые акты, основную и дополнительную литературу.

Формулировка вопросов экзаменационного билета совпадает с формулировкой перечня рекомендованных для подготовки вопросов государственного экзамена, доведенного до сведения студентов накануне экзаменационной сессии.

При проработке той или иной темы курса сначала следует уделить внимание конспектам лекций, а уж затем учебникам, законам и другой печатной продукции. Дело в том, что "живые" лекции обладают рядом преимуществ: они более оперативно иллюстрируют состояние научной проработки того или иного теоретического вопроса, дают ответ с учетом новых теоретических разработок либо принятых новых законов, либо изменившего законодательства, т.е. отражают самую "свежую" научную и нормативную информацию. Для написания же и опубликования печатной продукции нужно время. Отсюда изложение некоторого учебного материала (особенно в эпоху перемен) быстро устаревает. К тому же объем печатной продукции практически всегда ограничен.

Чтобы быть уверенным на экзамене, необходимо при подготовке тезисно записать ответы на наиболее трудные, с точки зрения студента, вопросы. Запись включает дополнительные (моторные) ресурсы памяти.

Представляется крайне важным посещение студентами проводимой перед междисциплинарным государственным экзаменом консультации. Здесь есть возможность задать вопросы преподавателю по тем разделам и темам, которые недостаточно или противоречиво освещены в учебной, научной литературе или вызывают затруднение в восприятии. Практика показывает, что подобного рода консультации весьма эффективны, в том числе и с психологической точки зрения.

Важно, чтобы студент грамотно распределил время, отведенное для подготовки к экзамену. В этой связи целесообразно составить календарный план подготовки к экзамену, в котором в определенной последовательности отражается изучение или повторение всех экзаменационных вопросов. Подготовку к экзамену студент должен вести ритмично и систематично.

## **6.2. Порядок подготовки и выполнения выпускной квалификационной работы.**

### **Требования по оформлению выпускной квалификационной работы.**

После согласования с научным руководителем на кафедру подается заявление написание ВКР. Заявление необходимо подать не позднее срока, заранее установленного кафедрой. Заявление пишется на имя заведующего кафедрой и должно содержать подписи студента и научного руководителя.

Согласование тем выпускных работ с научным руководителем производится не позднее, чем за две недели до начала производственной практики.

Подбор литературы следует начинать сразу же после выбора темы выпускной квалификационной работы.

При подборе литературы следует обращаться к предметно-тематическим каталогам и библиографическим справочникам библиотеки РАНХиГС, любых общедоступных библиотек, а также использовать Internet.

Изучение литературы по выбранной теме нужно начинать с общих работ, чтобы получить представление об основных вопросах, к которым примыкает избранная тема, а затем уже вести поиск нового материала. При изучении литературы желательно соблюдать следующие рекомендации:

- начинать следует с литературы, раскрывающей теоретические аспекты изучаемого вопроса - монографий и журнальных статей, после этого использовать инструктивные материалы (инструктивные материалы используются только последних изданий);

- детальное изучение обучающимся литературных источников заключается в их конспектировании и систематизации, характер конспектов определяется возможностью использования данного материала в работе - выписки, цитаты, краткое изложение содержания литературного источника или характеристика фактического материала; систематизацию получаемой информации следует проводить в соответствии с основными разделами выпускной квалификационной работы, предусмотренными планом;

- при изучении литературы не следует стремиться освоить всю информацию, в ней заключенную, а необходимо отбирать только ту, которая имеет непосредственное отношение к теме работы; критерием оценки прочитанного является возможность его практического использования в выпускной квалификационной работе;

- изучая литературные источники, необходимо тщательно следить за оформлением выписок, чтобы в дальнейшем было легко ими пользоваться;

- следует ориентироваться на самые авторитетные источники, например, на научные журналы; точно указывать, откуда взяты материалы.

Особой формой материала являются заимствованные утверждения – цитаты, которые используются для того, чтобы без искажений передать мысль автора первоисточника, для идентификации взглядов при сопоставлении различных точек зрения и т.д.; отталкиваясь от их содержания, можно создать систему убедительных доказательств, необходимых для объективной характеристики изучаемого вопроса; цитаты могут использоваться и для подтверждения отдельных положений работы; во всех случаях число используемых цитат должно быть оптимальным, т.е. определяться потребностями разработки темы, цитатами не следует злоупотреблять, их обилие может восприниматься как выражение слабости собственной позиции автора.

Сбор фактического материала - один из наиболее ответственных этапов подготовки выпускной квалификационной работы. От того, насколько правильно и полно собран фактический материал, во многом зависит своевременное и качественное написание работы. Поэтому, прежде чем приступить к сбору материала, обучающемуся совместно с научным руководителем необходимо тщательно продумать, какой именно фактический материал необходим для выпускной квалификационной работы, и составить, по возможности, специальный план его сбора в период практики.

Обучающийся в период практики должен собрать статистический материал, сделать необходимые выписки из служебной документации учреждения, предприятия или организации, где он проходит практику, изучить действующие инструкции, методические указания, нормативные документы, постановления, регламентирующие работу той или иной организации или предприятия. Обучающийся должен обобщить материал, собранный в период прохождения практики, определить его достоверность и достаточность для подготовки выпускной квалификационной работы.

Источником фактического материала могут быть данные по Российской Федерации, регионам, муниципальным образованиям, отраслям, организациям, представленные в официальной статистике.

После того, как изучена и систематизирована отобранная по теме литература, а также собран и обработан фактический материал, возможны некоторые изменения в первоначальном варианте плана выпускной квалификационной работы.

ВКР должна иметь четкую структуру. В работе выделяются главы и параграфы, соответствующие цели и логике работы. Содержание работы должно продемонстрировать практические навыки студента (в том числе навыки постановки и решения аналитических, исследовательских задач).

Структура работы выглядит следующим образом:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;

- основная часть;
- заключение;
- список литературы;
- приложения.

Содержание отражает структуру работы с указанием номеров страниц.

Во введении на 2-3 страницах обосновывается актуальность выбранной темы, формируется цель и задачи работы, определяется объект и предмет исследования. Также во введении приводится структура работы и краткая характеристика ее основных разделов и основных информационных источников.

Основная часть работы содержит главы и параграфы. Разделы работы должны быть взаимосвязаны. Каждая глава заканчивается выводами, позволяющими перейти к изложению следующей главы ВКР.

Первая глава отражает основные теоретические подходы, существующие в рамках рассматриваемой проблематики. В ней приводятся различные точки зрения по обсуждаемым вопросам. Автор работы анализирует мнения известных в данной области специалистов и обосновывает свою позицию. В данной части работы студент должен показать умения критически подходить к рассмотрению проблемы, вытекающей из целей и задач работы, обобщать, анализировать и систематизировать собранный материал, раскрывать проблемы рассматриваемого предмета исследования.

Основные теоретические положения и выводы желательно иллюстрировать цифровыми данными и материалами из статистических справочников, монографий, журнальных статей и других источников.

Материалы первой главы являются основой для будущего анализа и обоснования рекомендаций.

Вторая глава, как правило, включает анализ рассматриваемой проблемы. В зависимости от целей работы она может включать описание основных характеристик рассматриваемого объекта исследования (например, отрасли, фирмы, подразделения фирмы и т.п.), а также анализ проблемной ситуации.

Содержание третьей главы также зависит от темы и цели работы. Глава должна включать рекомендации автора, позволяющие решить поставленные задачи. Эти рекомендации могут быть связаны как с обоснованием предлагаемой программы действий, так и с разработкой методики проведения исследований и/или проведения самого исследования. В данном разделе следует обосновать экономическую целесообразность предлагаемых автором мероприятий. Автор должен суметь весьма точно сформулировать, каким образом он видит возможность получения экономического эффекта, в каких величинах, и на основании каких данных он может выполнить эту оценку. Все представленные авторами расчеты предлагаемых мероприятий должны быть логически обоснованы. Экономический эффект от внедрения рассчитывается после работы студента - выпускника на предприятии, и должен быть подтвержден документально.

В заключении приводятся обобщенные выводы и рекомендации автора по всей работе.

В списке литературы должны быть представлены все источники, использованные при выполнении работы.

В приложение выносятся дополнительные материалы, имеющие, как правило, справочное или вспомогательное значение, включение которых в работу является, на взгляд автора, целесообразным для более полного раскрытия темы. Это могут быть отчетные материалы фирмы, копии документов, анкеты, и т.п.

Рекомендуемый объем выпускной квалификационной работы - не более 60 страниц печатного текста без приложений.

К рукописи прилагается аннотация объёмом 1-2 страницы машинописного текста, в которой должны быть отражены основные положения, выносимые на защиту.

Также необходимо предоставить электронную версию ВКР на диске и отзыв руководителя.

ВКР печатается на стандартных листах бумаги формата А4. Поля: левое – 35 мм, правое – 10-15 мм, верхнее и нижнее – 20-25 мм. Шрифт Times New Roman размером 14, межстрочный интервал 1,5. Введение, каждая глава, заключение, список литературы и приложения должны начинаться с новой страницы.

Каждый раздел в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с названиями разделов в содержании работы.

Страницы выпускной квалификационной работы с рисунками и приложениями должны иметь сквозную нумерацию. Номера страниц располагают внизу в центре страницы. Первой страницей является титульный лист, на котором номер страницы не проставляется.

- ***Правила написания буквенных аббревиатур***

В тексте выпускной квалификационной работы можно использовать только общепринятые сокращения и условные обозначения. При этом первое упоминание таких аббревиатур указывается в круглых скобках после полного наименования, в дальнейшем они употребляются в тексте без расшифровки.

- ***Правила оформления таблиц, рисунков, графиков, формул***

Таблицы и рисунки должны иметь названия и порядковую нумерацию (например, табл. 1, рис. 3).

Нумерация таблиц и рисунков должна быть сквозной для всего текста выпускной квалификационной работы. Порядковый номер таблицы проставляется в правом верхнем углу над ее названием. В каждой таблице следует указывать единицы измерения показателей и период времени, к которому относятся данные. Если единица измерения в таблице является общей для всех числовых табличных данных, то ее приводят в заголовке таблицы после ее названия.

Порядковый номер рисунка и его название проставляются под рисунком. При построении графиков по осям координат вводятся соответствующие показатели, буквенные обозначения которых выносятся на концы координатных осей, фиксируемые стрелками. При необходимости вдоль координатных осей делаются поясняющие надписи.

Формулы, на которые имеются ссылки в работе, следует нумеровать. Порядковые номера формул обозначают арабскими цифрами в круглых скобках.

- ***Правила оформления списка литературы***

При использовании в работе материалов, заимствованных из литературных источников, цитировании различных авторов, необходимо делать соответствующие ссылки, а в конце работы помещать список использованной литературы. Эти ссылки могут быть сделаны в виде сносок в нижней части страницы (с указанием автора, названия работы, издательства, года издания и номера страницы, где находится данная информация), или в квадратных скобках сразу же после цитирования (с указанием номера источника в списке литературы и, номера страницы, где находится данная информация), например, [1, с.123]. Не только цитаты, но и произвольное изложение заимствованных из литературы принципиальных положений включаются в выпускную квалификационную работу со ссылкой на источник.

Студент несет ответственность за точность данных, а также за объективность изложения мыслей других авторов.

**Использование в ВКР чужого текста, опубликованного в бумажном или электронном виде, без полной ссылки на источник или со ссылками, но когда объем и характер заимствования ставят под сомнение самостоятельность выполненной**

работы или одного из ее основных разделов, относится к нарушению академических норм – плагиату. При обнаружении нарушений академических норм преподаватель обязан поставить студенту оценку «неудовлетворительно». К защите принимаются выпускные работы с допустимым объемом заимствования не более 30%. Справка об антиплагиате входит в комплект документов, предоставляемых на предзащиту.

Список использованной литературы и других источников составляется в следующей последовательности:

1. Законы, постановления Правительства и Государственной думы,
2. Нормативные акты, инструктивные материалы, официальные источники,
3. Учебники и монографии,
4. Периодические издания,
5. Ссылки на Интернет ресурсы.

Необходимо указывать все основные реквизиты изданий. Для книг это - фамилия и инициалы автора, название книги, место издания, название издательства, год и число страниц. Для статей, опубликованных в периодической печати, следует указывать наименование издания, год, номер, а также занимаемые страницы.

Литературные источники должны быть расположены в алфавитном порядке по фамилиям авторов. Сначала перечисляются источники на русском языке, затем - на иностранном.

- ***Правила оформления приложений***

Приложение – заключительная часть работы, которая имеет дополнительное, обычно справочное значение, но является необходимой для более полного освещения темы. По содержанию приложения могут включать: копии подлинных документов, выдержки из отчетных материалов, отдельные положения из инструкций и правил, принятые при проведении расчетов исходные данные, полученные в ходе расчетов промежуточные результаты и т.д. По форме они могут представлять собой текст, таблицы, графики, карты.

Каждое приложение должно начинаться с новой страницы с указанием в правом верхнем углу слова «Приложение» и иметь тематический заголовок. При наличии в работе более одного приложения их следует пронумеровать. Нумерация страниц, на которых даются приложения, должна быть сквозной и продолжать общую нумерацию страниц основного текста. Связь основного текста с приложениями осуществляется через ссылки, которые употребляются со словом «смотри», оно обычно сокращается и заключается вместе с шифром в круглые скобки, например, (см. Приложение 3). В содержании работы приводится перечень Приложений с полным названием каждого.

### **6.3. Руководство и консультирование**

Непосредственное руководство бакалаврской работой студента осуществляет научный руководитель.

Обязанности научного руководителя:

- оказывать консультационную помощь студенту в определении окончательной темы ВКР, в подготовке плана ВКР, графика выполнения ВКР, в подборе литературы и фактического материала;
- содействовать в выборе методики исследования;
- осуществлять систематический контроль за ходом выполнения ВКР в соответствии с планом и графиком ее выполнения;
- информировать заведующего кафедрой в случае несоблюдения студентом графика выполнения ВКР;
- давать квалифицированные рекомендации по содержанию ВКР;
- произвести оценку качества выполнения ВКР в соответствии с предъявляемыми к ней требованиями (отзыв руководителя).

#### **6.4. Процедура защиты выпускной квалификационной работы**

Защита выпускной квалификационной работы проводится в установленное время на заседании государственной экзаменационной комиссии по соответствующему направлению подготовки ГЭК с участием не менее двух третей её состава. Порядок и процедура защиты выпускной квалификационной работы определена Положением о государственной итоговой аттестации РАНХиГС.

Защита начинается с презентации работы. На защиту выпускной квалификационной работы необходимо предоставить презентацию (слайды в системе PowerPoint), количество слайдов 12-15 шт. Доклад должен включать обоснование актуальности избранной темы, характеристику научной проблемы и формулировку цели работы, а затем, в последовательности, установленной логикой работы, по главам раскрывать основное содержание работы, обращая особое внимание на наиболее важные разделы и интересные результаты, новизну работы, критические сопоставления и оценки. Заключительная часть доклада строится по тексту заключения выпускной квалификационной работы, перечисляются общие выводы из ее текста без повторения частных обобщений, сделанных при характеристике глав основной части, даются рекомендации. Студент должен излагать основное содержание выпускной работы свободно, не читая письменного текста. Продолжительность доклада – 10 мин.

После завершения доклада члены ГЭК задают студенту вопросы, как непосредственно связанные с темой выпускной квалификационной работы, так и близко к ней относящиеся. При ответах на вопросы студент имеет право пользоваться своей работой.

После окончания дискуссии зачитывается отзыв руководителя, студенту предоставляется заключительное слово. В своём заключительном слове студент должен ответить на замечания, отмеченные в отзыве руководителя и рецензии, и членов ГЭК.

После заключительного слова студента процедура защиты выпускной квалификационной работы считается оконченной.

Результаты защиты ВКР определяются на основе оценок:

- научного руководителя за качество работы, степень ее соответствия требованиям, предъявляемым к ВКР соответствующего уровня;
- членов ГЭК за содержание работы, её защиту, включая доклад, презентацию, ответы на замечания.

Итоговая оценка по результатам защиты выпускной квалификационной работы проставляется в протокол заседания комиссии и зачётную книжку студента, в которых расписываются председатель и члены экзаменационной комиссии.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы являются основанием для принятия Государственной экзаменационной комиссией решения о присвоении соответствующей квалификации и выдачи диплома.

В случае получения неудовлетворительной оценки при защите выпускной квалификационной работы повторная защита проводится в соответствии с Положением о государственной итоговой аттестации РАНХиГС.

### **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение государственного экзамена**

#### **7.1. Основная литература**

1. Андросов Н. Интернет-маркетинг на 100% / Н. Андросов и др.; под ред. С. Сухова. Москва и др.: Питер и др., 2011
2. Астахова Н., Москвитин Г. Менеджмент. - М.: Юрайт, 2013
3. Галицкий Е., Галицкая Е. Маркетинговые исследования. Учебник. Бакалавр. - М.: Юрайт, 2014



4. Герасименко В.В. Ценообразование. Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2009
5. Иванов Г.Г., Холин Е.С. Коммерческая деятельность: учебник/ Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М.: ИД « ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2012
6. Коршунов В. Экономика организации (предприятия). Теория и практика. Бакалавр. Базовый курс. – М.: Юрайт, 2014
7. Котлер Ф., Вонг В., Сондерс Дж., Армстронг Г. Основы маркетинга. – Изд-во Вильямс, 2015
8. Синяев В.В., Синяева И.М., Романенкова О.Н. Маркетинг услуг: Учебник. – М.: Дашков и Ко, 2014
9. Чалдаева Л. Экономика предприятия - М.: ЮРАЙТ, 2015

## **7.2. Дополнительная литература**

1. Беквит Г. Продавая незримое. Руководство по современному маркетингу услуг. М.: Алпина Паблишерз, 2014
2. Блэкуэлл Р., Энджел Дж., Миниард П. Поведение потребителей – СПб.: Питер, 2007
3. Вирин Ф. Интернет-маркетинг: полное практическое руководство. - Москва: Эксмо, 2012
4. Гапоненко А. Менеджмент. - М.: Юрайт, 2013
5. Драганчук Л. Поведение потребителей. – М.: Инфра-М, 2011
6. Заррелла Д. Интернет-маркетинг по науке. Что, где и когда делать для получения максимального эффекта. – Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2014
7. Ключкова Е., Кузнецов В., Платонова Т. Экономика предприятия. –М.: Юрайт, 2014.
8. Котлер Ф., Бергер Р., Бикхофф Н. Стратегический менеджмент по Котлеру. Лучшие приемы и методы. – Альпина Паблишер, 2015
9. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. 12 издание – СПб, Питер, 2010
10. Ламбен Ж.Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. - СПб: Питер, 2010
11. Липсиц И.В. Ценообразование. Учебник. – М.: Юрайт, 2014.
12. Маркетинг. Учебник для бакалавров/ под ред. И.В. Липсица. – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2012.
13. Маркетинг/ под ред. В.В. Герасименко. – М.: Изд-во Проспект, 2016
14. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / Пер. с англ. - М.: Вильямс, 2009
15. Одегов Ю., Руденко Г. Управление персоналом. - М.: Юрайт, 2014.
16. Панкратов Ф.Г. Н.Ф. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова – 13-е изд. перераб. и доп.- М.: Издательско- торговая корпорация « Дашков и К» , 2012
17. Ромат Е., Сендеров Д. Реклама. Теория и практика. Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. – СПб.:Питер, 2013
18. Скрынникова И.А. Маркетинг в сфере услуг: учебное пособие. – М.: Изд-во Моск. Университета, 2012

## **7.3. Нормативные правовые документы**

1. Гражданский Кодекс РФ.
2. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 с изменениями.
3. Закон РФ «О Рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ с изменениями и дополнениями.
4. Закон РФ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности» от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ с изменениями на 31 декабря 2014 года.
5. Налоговый кодекс РФ с изменениями и дополнениями 2015 года.
6. Федеральный Закон от 25 сентября 1998 г. №158-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности».

Прошито, пронумеровано и скреплено  
Печатью 49 (сорок девять) листа.

(заместитель директора Института  
отраслевого менеджмента \_\_\_\_\_  
Косарева Е.Н./

