

**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 « 12 » 12 2017 г.

№ 33

**ПРОГРАММА  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

направление подготовки  
38.03.06 – Торговое дело  
направленность (профиль) "Международный маркетинг"

Квалификация  
Бакалавр

Форма обучения  
очная

Москва, 2017 г.

**Автор–составитель:**

К.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела Г.В.Кузнецова

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 «Торговое дело», направленность (профиль) «Международный 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 30 декабря 2016 г. № 01-8336 и разработанного на основе федерального государственного образовательного стандарта 38.03.06 Торговое дело, 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**

Торгово-технологическая деятельность:

Способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству (ПК-1);

Способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери (ПК-2);

Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-3);

Способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации (ПК-4);

Организационно-управленческая деятельность:

Способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами (ПК-5);

Способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение (ПК-6);

Способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров (ПК-7);

Готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания (ПК-8);

Готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-9);

Проектная деятельность:

Способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий (ПК-12);

Готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-13);

Способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-14);  
Способность осуществлять деловые переговоры и деловую переписку на иностранном языке (ДПК-1).

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

#### Торгово-технологическая деятельность:

Способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству (ПК-1);

Способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери (ПК-2);

Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-3);

Способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации (ПК-4);

#### Организационно-управленческая деятельность:

Способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами (ПК-5);

Способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение (ПК-6);

Способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров (ПК-7);

Готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания (ПК-8);

Готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-9);

#### Проектная деятельность:

Способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий (ПК-12);

Готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-13);

Способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-14);

Способность осуществлять деловые переговоры и деловую переписку на иностранном языке (ДПК-1).

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 решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1);

Способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;

Владение математическим аппаратом при решении профессиональных проблем (ОПК-2);  
умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов (ОПК-3);

Способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической);

Способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией (ОПК-4);

Готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления (ОПК-5);

Способность использовать аналитические методы для оценки эффективности коммерческой, маркетинговой, рекламной и логистической деятельности организации на региональных и мировых рынках (ОПК-ОС-6).

### **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	Способность управлять ассортиментом и	Определяет особенности осуществления контроля качества товаров и услуг;	Определены особенности осуществления	Самостоятельная работа во

	<p>качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству</p>	<p>выделяет параметры технологических процессов и используемых ресурсов; осуществляет контроль качества ассортимента товаров, оценку качества, диагностика дефектов, технологические процессы по приему и учету товаров обобщает необходимые варианты контроля и оценки качества товаров и услуг соответствующего запросам потребителя, разрабатывает регламент.</p>	<p>контроля качества товаров и услуг; выделены параметры технологических процессов и используемых ресурсов; осуществлен контроль качества ассортимента товаров, оценку качества, диагностика дефектов, технологические процессы по приему и учету товаров; обобщены необходимые варианты контроля и оценки качества товаров и услуг соответствующего запросам потребителя, разрабатывает регламент.</p>	<p>время написания ВКР, коммуникации с научным руководителем, главы ВКР, текст ВКР, выводы по ВКР, предложенные варианты (мероприятия) по повышению эффективности конкретной проблемы, иллюстративный материал работы, графики, диаграммы, расчеты, литература, отзыв руководителя, презентация, процесс защиты и ответы на вопросы во время защиты</p>
ПК-2	<p>Способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери</p>	<p>Знает принципы формирования трудовых и маркетинговых ресурсов предприятия, основы охраны труда персонала, методы управления и повышения эффективности работы персонала на предприятии с учетом норм международного права. Знает законодательные и подзаконные акты и применение их к фактическим ситуациям в сфере осуществления хозяйственной деятельности.</p>	<p>Продемонстрировано умение разрабатывать маркетинговые стратегии для предприятий сферы услуг, исходя из результатов ситуационного анализа и целей предприятия; ассортиментной политики услуг, товарных характеристик услуги, ценовой политики, стратегии реализации и продвижения услуг в сфере материального и нематериального производства Продемонстрировано владение методами формирования эффективного состава и структуры человеческих и маркетинговых ресурсов организации, методами повышения</p>	<p>литература, отзыв руководителя, презентация, процесс защиты и ответы на вопросы во время защиты</p>



			<p>производительности труда работников с учетом безопасности жизнедеятельности. Продемонстрированы умения и навыков поиска применимых законодательных и подзаконных актов и применения их к фактическим ситуациям в сфере осуществления хозяйственной деятельности.</p>
ПК-3	<p>Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p>	<p>Анализирует маркетинговую информацию; выбирает ресурсы, специальное оборудование и средства с учетом торговой деятельности; планирует деятельность торгового предприятий; проводит исследование потребительского спроса; мониторинг потребностей; проводит исследования психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и социально-демографических факторов; проводит исследования товарного рынка разрабатывает индивидуально и (или) в составе команды инновационные решения, определяет необходимые для их реализации средства и методы, оценивает их эффективность.</p>	<p>Выявлены потребности покупателей; выбраны ресурсы, специальное оборудование и средства с учетом торговой деятельности; приобретены навыки планирования деятельности торгового предприятий; проведены исследования потребительского спроса; мониторинга потребностей; проведены исследования психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и социально-демографических факторов; проведены исследования товарного рынка конкретного товара (товаров) разработаны индивидуально и (или) в составе команды инновационные</p>

			решения, определены необходимые для их реализации средства и методы, оценена их эффективность.
ПК-4	Способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации	Знание понятия и сущности иерархии товаров и товарного классификатора, основ определения и методов соответствия требуемому уровню качества.	Умеет систематизировать и классифицировать, идентифицировать товары в рамках товарного классификатора, выделяет типы факторов, влияющих на соответствие товаров требуемому уровню качества; Анализирует информации в рамках оценки влияния товаров в товарном классификаторе и идентифицирует фальсифицированные товары.
ПК-5	Способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами	Знание организационной структуры и анализ организационного поведения персонала конкретной организации	Определяет основной тип организационной структуры на предприятии. Выявляет проблемы в структуре и организации и предлагает обоснованные и конструктивные предложения по ее совершенствованию. Диагностирует тип организационной культуры. Анализирует влияние различных факторов на конкретные виды поведения сотрудников и эффективность их трудовой деятельности. Работает в малой группе, изучает взаимодействие с членами группы,

			<p>распределения обязанностей, совершенствования механизмов групповой работы; способен определить тип системы коммуникаций в группе и прогнозирует ее эффективность в заданных ситуационных условиях. Идентифицирует основные методы разрешения конфликтных ситуаций. Определяет и выявляет методы принятия решений в условиях неопределенности и риска, используемые на предприятия; владеет системным подходом к выявлению и анализу возникающих в организации проблем.</p>
ПК-6	<p>Способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение</p>	<p>Знание классификации и типов договоров в коммерческой деятельности, принципов и параметров оценки их эффективности.</p> <p>Умение оценивать эффективность коммуникаций с деловыми партнерами с учетом условий и возможностей международной маркетинговой среды.</p>	<p>Применяет различные виды маркетинговых коммуникаций и подходы к выбору стратегических решений по использованию маркетинговых коммуникаций; формулирует эффективные рекламные аргументы при продаже товаров; планирует комплекс маркетинговых коммуникаций; Владеет технологиями интегрирования средств маркетинговых коммуникаций в целостную программу; выбирает</p>

			<p>инновационные методы, средства и технологий в коммуникативной деятельности.</p> <p>Продемонстрированы навыки заключения договоров и контроля над их исполнением.</p> <p>Продемонстрирована готовность к выстраиванию коммуникативной политики в международном маркетинге.</p>
ПК-7	Способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Подготовка к практической деятельности с учетом современной парадигмы глобализации мировой экономики	<p>Студент в ходе прохождения преддипломной практики получил навыки:</p> <p>Расчета потребности МТР в зависимости от характера применяемых материалов:</p> <p>потребность в сырье и материалах;</p> <p>потребность в топливе и энергии; потребность в оборудовании.</p> <p>Анализа балансов МТО в виде планов снабжения, определяющих потребность в материальных ресурсах и источники их получения</p> <p>норм расхода сырья, материалов, полуфабрикатов и комплектующих изделий;</p> <p>нормы расхода материалов, топлива, энергии, нормы отходов с учетом их повторного использования;</p> <p>заявки служб на вспомогательные</p>

			<p>материалы, топливо и энергию;</p> <p>нормативы переходящих запасов на начало и конец планируемого года;</p> <p>данные об остатках материалов на складах на начало планируемого периода;</p> <p>действующие (ожидаемые) цены на материалы, полуфабрикаты, комплектующие изделия, топливо, энергию.</p>
ПК-8	<p>Готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</p>	<p>Выявление и структурирование проблем, связанных с качеством обслуживания розничной торговой бизнес-единиц и повышение качества торгового обслуживания</p>	<p>Выявление и анализ стандартов обслуживания;</p> <p>Разработка рекомендаций по совершенствованию обслуживания;</p> <p>Разработка многоаспектной, разносторонней системы совершенствования качества обслуживания.</p> <p>Анализ показателей: оптимальные температурные показатели в торговом зале;</p> <p>необходимое количество опознавательных и информационных знаков;</p> <p>безопасность покупателей при осмотре товаров;</p> <p>экологическая безопасность товаров;</p> <p>освещение в помещениях торгового зала магазина естественное и искусственное;</p>

			наличие холодного/горячего водоснабжения и канализации. средства размещения; подъезды с необходимыми дорожными знаками; пешеходные дорожки; прилегающая территория (освещение, парковка и т.д.)
ПК-9	Готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Знание операций и подходов к разработке, корректировке и совершенствованию стратегии развития предприятия отрасли в зависимости от влияния инвестиционных вложений. Знание понятийного и инструментального аппарата стратегического планирования.	Продемонстрированы навыки принятия решения о необходимости корректировки или выработки стратегии развития предприятия отрасли с учетом инвестиционной привлекательности.
ПК-12	Способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово- технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	Знание операций, подходов, инструментов и методов проектной деятельности, особенностей информационных технологий. Знание основ и понятийного аппарата кросскультурного маркетинга. Знание основ и понятийного аппарата интернет маркетинга. Владение навыками подбора соответствующих инструментов информационных технологий для разработки проектов профессиональной деятельности организации с учетом	Продемонстрировано знание операций, подходов, инструментов и методов проектной деятельности, особенностей информационных технологий. Продемонстрировано знание основ и понятийного аппарата кросскультурного маркетинга. Продемонстрировано знание основ и понятийного аппарата интернет маркетинга. Продемонстрировано владение навыками подбора соответствующих инструментов информационных

		кросскультурного маркетинга и интернет маркетинга.	технологий для разработки проектов профессиональной деятельности организации с учетом кросскультурного маркетинга и интернет маркетинга.
ПК-13	Готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	Знание и понимание основных и дополнительных бизнес-процессов организации. Готовность к разработке проекта в профессиональной деятельности организации. Владение навыками анализа проекта и оценки его эффективности в организации.	Произведена классификация основных и дополнительных бизнес-процессов организации. Разработан проект в профессиональной деятельности организации. Продемонстрировано умение производить анализ проекта и оценивать его эффективности в организации.
ПК-14	Способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	Владение навыками распознавания и оптимизации бизнес-процессов организации для их прогнозирования и оценки эффективности в организации торговли.	Продемонстрировано понимание сущности, состава, типов и видов бизнес-процессов организации торговли; Продемонстрировано владение навыками распознавания и оптимизации бизнес-процессов организации для их прогнозирования и оценки эффективности в организации сферы торговли.
ДПК-1	Способность осуществлять деловые переговоры и деловую переписку на иностранном языке	Анализ ведение деловых переговоров на конкретном предприятии	Студент анализирует и оценивает работу на предприятии по следующим направлениям: 1. Переговоры с иностранными партнерами, способы их проведения. 2. Цели переговоров с

			иностранными партнерами 3. Выработка позиции и тактики ведения переговоров. 4. Организационно-техническая подготовка переговоров. 5. Документальное оформление результатов переговоров.
--	--	--	--

### 3.2. Государственный экзамен

Код компетенции	Наименование компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Способ/средство оценивания
ПК-1	Способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	Определяет особенности осуществления контроля качества товаров и услуг; выделяет параметры технологических процессов и используемых ресурсов; осуществляет контроль качества ассортимента товаров, оценку качества, диагностика дефектов, технологические процессы по приему и учету товаров обобщает необходимые варианты контроля и оценки качества товаров и услуг соответствующего запросам потребителя, разрабатывает регламент.	Определены особенности осуществления контроля качества товаров и услуг; выделены параметры технологических процессов и используемых ресурсов; осуществлен контроль качества ассортимента товаров, оценку качества, диагностика дефектов, технологические процессы по приему и учету товаров; обобщены необходимые варианты контроля и оценки качества товаров и услуг соответствующего запросам потребителя, разрабатывает регламент.	Ответы на вопросы билета и дополнительные вопросы членов ГЭК
ПК-2	Способность осуществлять управление торгово-	Знает принципы формирования трудовых и маркетинговых ресурсов предприятия,	Продемонстрировано умение разрабатывать маркетинговые стратегии для	



	<p>технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери</p>	<p>основы охраны труда персонала, методы управления и повышения эффективности работы персонала на предприятии с учетом норм международного права. Знает законодательные и подзаконные акты и применение их к фактическим ситуациям в сфере осуществления хозяйственной деятельности.</p>	<p>предприятий сферы услуг, исходя из результатов ситуационного анализа и целей предприятия; ассортиментной политики услуг, товарных характеристик услуги, ценовой политики, стратегии реализации и продвижения услуг в сфере материального и нематериального производства Продемонстрировано владение методами формирования эффективного состава и структуры человеческих и маркетинговых ресурсов организации, методами повышения производительности труда работников с учетом безопасности жизнедеятельности. Продемонстрированы умения и навыки поиска применимых законодательных и подзаконных актов и применения их к фактическим ситуациям в сфере осуществления хозяйственной деятельности.</p>
ПК-3	<p>Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и</p>	<p>Анализирует маркетинговую информацию; выбирает ресурсы, специальное оборудование и средства с учетом торговой деятельности; планирует деятельность торгового предприятий; проводит исследование потребительского</p>	<p>Выявлены потребности покупателей; выбраны ресурсы, специальное оборудование и средства с учетом торговой деятельности; приобретены навыки планирования деятельности торгового предприятий;</p>

	прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	спроса; мониторинг потребностей; проводит исследования психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и социально-демографических факторов; проводит исследования товарного рынка разрабатывает индивидуально и (или) в составе команды инновационные решения, определяет необходимые для их реализации средства и методы, оценивает их эффективность.	проведены исследования потребительского спроса; мониторинга потребностей; проведены исследования психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и социально-демографических факторов; проведены исследования товарного рынка конкретного товара (товаров) разработаны индивидуально и (или) в составе команды инновационные решения, определены необходимые для их реализации средства и методы, оценена их эффективность.
ПК-4	Способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации	Знание понятия и сущности иерархии товаров и товарного классификатора, основ определения и методов соответствия требуемому уровню качества.	Умеет систематизировать и классифицировать, идентифицировать товары в рамках товарного классификатора, выделяет типы факторов, влияющих на соответствие товаров требуемому уровню качества; Анализирует информацию в рамках оценки влияния товаров в товарном классификаторе и идентифицирует фальсифицированные товары.
ПК-5	Способность управлять	Знание организационной структуры и анализ	Определяет основной тип организационной

	<p>персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами</p>	<p>организационного поведения персонала конкретной организации</p>	<p>структуры на предприятии. Выявляет проблемы в структуре и организации и предлагает обоснованные и конструктивные предложения по ее совершенствованию. Диагностирует тип организационной культуры. Анализирует влияние различных факторов на конкретные виды поведения сотрудников и эффективность их трудовой деятельности. Работает в малой группе, изучает взаимодействие с членами группы, распределения обязанностей, совершенствования механизмов групповой работы; способен определить тип системы коммуникаций в группе и прогнозирует ее эффективность в заданных ситуационных условиях. Идентифицирует основные методы разрешения конфликтных ситуаций. Определяет и выявляет методы принятия решений в условиях неопределенности и риска, используемые на предприятии; владеет системным подходом к выявлению и анализу возникающих в организации проблем.</p>
--	---	--	---

ПК-6	Способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	<p>Знание классификации и типов договоров в коммерческой деятельности, принципов и параметров оценки их эффективности.</p> <p>Умение оценивать эффективность коммуникаций с деловыми партнерами с учетом условий и возможностей международной маркетинговой среды.</p>	<p>Применяет различные виды маркетинговых коммуникаций и подходы к выбору стратегических решений по использованию маркетинговых коммуникаций; формулирует эффективные рекламные аргументы при продаже товаров; планирует комплекс маркетинговых коммуникаций;</p> <p>Владеет технологиями интегрирования средств маркетинговых коммуникаций в целостную программу; выбирает инновационные методы, средства и технологий в коммуникативной деятельности.</p> <p>Продемонстрированы навыки заключения договоров и контроля над их исполнением.</p> <p>Продемонстрирована готовность к выстраиванию коммуникативной политики в международном маркетинге.</p>
ПК-7	Способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Подготовка к практической деятельности с учетом современной парадигмы глобализации мировой экономики	Студент в ходе прохождения преддипломной практики получил навыки: <p>Расчета потребности МТР в зависимости от характера применяемых материалов:</p>

			<p>потребность в сырье и материалах;          потребность в топливе и энергии; потребность в оборудовании.          Анализа балансов МТО в виде планов снабжения, определяющих потребность в материальных ресурсах и источники их получения          норм расхода сырья, материалов, полуфабрикатов и комплектующих изделий;          нормы расхода материалов, топлива, энергии, нормы отходов с учетом их повторного использования;          заявки служб на вспомогательные материалы, топливо и энергию;          нормативы переходящих запасов на начало и конец планируемого года;          данные об остатках материалов на складах на начало планируемого периода;          действующие (ожидаемые) цены на материалы, полуфабрикаты, комплектующие изделия, топливо, энергию.</p>
ПК-8	<p>Готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания</p>	<p>Выявление и структурирование проблем, связанных с качеством обслуживания розничной торговой бизнес-единиц и повышение качества торгового обслуживания</p>	<p>Выявление и анализ стандартов обслуживания;          Разработка рекомендаций по совершенствованию обслуживания;          Разработка многоаспектной,</p>

			<p>разносторонней системы совершенствования качества обслуживания.</p> <p>Анализ показателей: оптимальные температурные показатели в торговом зале; необходимое количество опознавательных и информационных знаков; безопасность покупателей при осмотре товаров; экологическая безопасность товаров; освещение в помещениях торгового зала магазина естественное и искусственное; наличие холодного/горячего водоснабжения и канализации. средства размещения; подъезды с необходимыми дорожными знаками; пешеходные дорожки; прилегающая территория (освещение, парковка и т.д.)</p>
ПК-9	<p>Готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации</p>	<p>Знание операций и подходов к разработке, корректировке и совершенствованию стратегии развития предприятия отрасли в зависимости от влияния инвестиционных вложений. Знание понятийного и инструментального аппарата стратегического</p>	<p>Продемонстрированы навыки принятия решения о необходимости корректировки или выработки стратегии развития предприятия отрасли с учетом инвестиционной привлекательности.</p>

		планирования.	
ПК-12	Способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	Знание операций, подходов, инструментов и методов проектной деятельности, особенностей информационных технологий. Знание основ и понятийного аппарата кросскультурного маркетинга. Знание основ и понятийного аппарата интернет маркетинга. Владение навыками подбора соответствующих инструментов информационных технологий для разработки проектов профессиональной деятельности организации с учетом кросскультурного маркетинга и интернет маркетинга.	Продемонстрировано знание операций, подходов, инструментов и методов проектной деятельности, особенностей информационных технологий. Продемонстрировано знание основ и понятийного аппарата кросскультурного маркетинга. Продемонстрировано знание основ и понятийного аппарата интернет маркетинга. Продемонстрировано владение навыками подбора соответствующих инструментов информационных технологий для разработки проектов профессиональной деятельности организации с учетом кросскультурного маркетинга и интернет маркетинга.
ПК-13	Готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)	Знание и понимание основных и дополнительных бизнес-процессов организации. Готовность к разработке проекта в профессиональной деятельности организации. Владение навыками анализа проекта и оценки его эффективности в организации.	Произведена классификация основных и дополнительных бизнес-процессов организации. Разработан проект в профессиональной деятельности организации. Продемонстрировано умение производить анализ проекта и оценивать его эффективности в организации.

ПК-14	Способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	Владение навыками распознавания и оптимизации бизнес-процессов организации для их прогнозирования и оценки эффективности в организации торговли.	Продемонстрировано понимание сущности, состава, типов и видов бизнес-процессов организации торговли; Продемонстрировано владение навыками распознавания и оптимизации бизнес-процессов организации для их прогнозирования и оценки эффективности в организации сферы торговли.
ДПК-1	Способность осуществлять деловые переговоры и деловую переписку на иностранном языке	Анализ ведение деловых переговоров на конкретном предприятии	Студент анализирует и оценивает работу на предприятии по следующий направлениям: 6. Переговоры с иностранными партнерами, способы их проведения. 7. Цели переговоров с иностранными партнерами 8. Выработка позиции и тактики ведения переговоров. 9. Организационно-техническая подготовка переговоров. 10. Документальное оформление результатов переговоров.

#### 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,



	<p>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.</p>
«хорошо»	<p>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.</p>
«удовлетворительно»	<p>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.</p>
«неудовлетворительно»	<p>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.</p>

#### 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> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <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 Торговое дело.

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

№ п/п	Наименование раздела	Содержание раздела
1	1 раздел Экономика организации, Менеджмент, Маркетинг, Логистика, Коммерческая деятельность, Теоретические основы товароведения, Организация, технология и проектирование предприятий.	<p><b>Экономика организации</b> <b>Тема 1. Предприятие в конкурентной среде</b> Определение предприятия, организационно – правовые формы предприятия, классификация предприятий. Деятельность предприятий торговли в условиях рыночной экономики. Принципы размещения предприятий отрасли. Классификация предприятий торговли по размеру. Критерии малого предприятия. Концентрация производства, диверсификация, интеграция деятельности. Внешняя среда предприятия. Прямое и косвенное воздействие внешней среды на предприятия торговли. Государственное регулирование деятельности предприятий торговли.</p> <p><b>Тема 2. Потенциал предприятия</b> Уставный капитал и имущество предприятия. Состав и классификация активов предприятия торговли, характеристика и состав. Основные фонды предприятия, состав, структура ОФ. Износ ОФ, понятие физического и морального износа. Способы оценки стоимости ОФ предприятия. Амортизация ОФ, способы расчета величины амортизационных отчислений. Анализ эффективности использования ОФ. Источники финансирования воспроизводства ОФ. Лизинг. Понятие и особенности лизинга на предприятиях торговли. Оборотные фонды. Понятие и структура оборотных фондов предприятия торговли. Определение потребности в оборотных средствах, нормативная база предприятия. Поэлементный расчет норматива оборотных средств.</p>

		<p>Методы учета стоимости запасов. Оценка эффективности использования оборотных средств. Пути повышения эффективности использования оборотных средств.</p> <p>Кадры предприятия, типовая структура кадров предприятия торговли. Требования к обслуживающему персоналу. Система оплаты труда. Тарифные и бестарифные системы оплаты труда и их разновидности. Премирование работников.</p> <p><b>Тема 3. Налогообложение предприятия</b></p> <p>Основы налоговой системы РФ: федеральные, региональные и местные налоги. Понятие налогооблагаемой базы, схемы начисления налогов, налоговые льготы. Основные федеральные и региональные налоги. Платежи во внебюджетные фонды. Налоговая политика предприятия. Особенности налогообложения малых предприятий и индивидуальных предпринимателей.</p> <p><b>Тема 4. Затраты и себестоимость продукции и услуг предприятий торговли</b></p> <p>Понятие затрат предприятия, издержек производства и обращения, себестоимости продукции. Принципы формирования состава затрат, включаемых в себестоимость продукции, для предприятий торговли. Разграничение затрат, относимых на себестоимость продукции (работ, услуг), и финансируемых за счет других источников. Себестоимость продукции предприятий торговли.</p> <p>Показатели издержек: уровень издержек, экономичность, эффективность использования ресурсов, издержкостоемость.</p> <p><b>Тема 5. Структура затрат и их оптимизация на предприятиях торговли</b></p> <p>Группировка затрат по экономическому содержанию и калькуляционным статьям расхода. Номенклатура учета элементов затрат, учитываемых в себестоимости продукции предприятий торговли. Методы исчисления и калькуляции себестоимости продукции.</p> <p>Анализ затрат предприятий торговли. Оценка факторов, определяющих общий уровень и структуру затрат (издержек). Пути снижения затрат. Точка безубыточности. Основные статьи затрат предприятий торговли.</p> <p><b>Тема 6. Результаты хозяйственно-финансовой деятельности предприятий торговли</b></p> <p>Экономический анализ коммерческой деятельности предприятия. Валовой доход как основа коммерческой деятельности и формирования прибыли. Виды и источники доходов предприятий торговли. Уровень доходов. Анализ валового дохода. Влияние факторов на величину валового дохода. Планирование доходов предприятия.</p> <p>Влияние ценовой стратегии предприятия на уровень доходов. Специфика отраслевой стратегии ценообразования. Методы регулирования цен. Виды цен и их формирование на предприятиях различных форм собственности. Прибыль как основной показатель коммерческой деятельности предприятия. Налогооблагаемая прибыль. Понятие рентабельности предприятия. Система показателей рентабельности.</p> <p>Планирование прибыли предприятия. Оптимизация издержек производства и обращения на предприятиях торговли.</p> <p><b>Тема 7. Структура планов предприятия, методы их обоснования и взаимосвязи</b></p> <p>Сущность, задачи и функции планирования в управлении предприятием. Основные принципы и методы планирования. 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 на предприятиях торговли.</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 обращения (смета затрат), финансовый план, планы производственного и социального развития.</p>
--	--	---

	<p>Показатели планов предприятий торговли, методы планирования. Бизнес – план, его назначение, основные разделы.</p> <p><b>Тема 8. Учет маркетинговой стратегии в планах развития предприятий торговли</b>  Обеспечение эффективности функционирования предприятий торговли. Показатели эффективности. Темпы развития предприятия, рост конкурентных позиций на потребительском рынке, возрастание рыночной стоимости предприятий торговли. Методы достижения экономической эффективности. Формирование системы стратегических целей с учетом выбранной модели развития. Оценка разработанной стратегии. Ресурсные ограничители.  Экономическая оценка маркетингового плана предприятий торговли. Основные задачи обеспечения выполнения маркетинговой стратегии предприятий торговли.</p> <p><b>Тема 9. Управленческий учет на предприятиях торговли</b>  Понятие управленческого учета. Цели ведения управленческого учета на предприятиях торговли. Сбор и подготовка данных для принятия управленческого решения. Информация для планирования и управления деятельности предприятий торговли. Современный уровень и перспективы развития управленческого учета.</p> <p><b>Тема 10. Стратегический и оперативный контроллинг на предприятиях торговли</b>  Понятие контроллинга, его сущность, задачи и функции. Роль контроллинга в системе управления предприятиями торговли. Взаимосвязь контроллинга с другими функциями управления предприятием. Виды контроллинга.  Сущность стратегического и оперативного контроллинга. Система экономических расчетов, используемых в контроллинге.</p> <p><b><u>Менеджмент</u></b>  <b>Сущность и история развития менеджмента</b>  Тема 1.1. Сущность и содержание менеджмента  Тема 1.2. Эволюция теорий менеджмента  Тема 1.3. Эволюция управленческих парадигм  Тема 1.4. Теоретические Менеджмент</p> <p><b>Теоретико-методические основы социального управления</b>  Тема 2.1. Система управления  Тема 2.2. Законы социального управления  Тема 2.3. Основные принципы и виды управления  Тема 2.4. Процесс управления  Тема 2.5. Функции менеджмента  Тема 2.6. Методы менеджмента  Тема 2.7. Требования к менеджменту</p> <p><b>Управление организацией</b>  Тема 3.1. Организация как объект управления  Тема 3.2. Организационная структура управления  Тема 3.3. Человек в организации</p> <p><b>Интегрирующие функции управления и процессы в организации</b>  Тема 4.1. Управленческие решения  Тема 4.2. Коммуникации в процессе управления  Тема 4.3. Лидерство и власть  Тема 4.4. Организационная культура</p> <p><b>Разделение труда и управление трудовыми ресурсами</b>  Тема 5.1. Разделение труда  Тема 5.2. Управление персоналом</p> <p><b>Управление проектами</b>  Тема 6.1. Эффективность управления проектами  Тема 6.2. Управление ресурсами  Тема 6.3. Методы управления проектами</p> <p><b>Теория и практика управления в начале XXI века</b> Тема 7.1. Теория управления на современном этапе  Тема 7.2. Перспективные формы управления – организации будущего.</p>
--	--

		<p><b>Маркетинг</b></p> <p><b>Тема 1. Характеристика современных концепций маркетинга</b> Характеристика концепций маркетинга: производственная, товарная, сбытовая, маркетинговая концепция, концепция холистического маркетинга: маркетинг партнерских отношений; интегрированный маркетинг; внутренний маркетинг; социально-ответственный маркетинг. Клиенто-ориентированность.</p> <p><b>Тема 2. Содержание маркетингового процесса, направленного на предоставление ценности клиентам</b> Этапы процесса целевого маркетинга. Этап I. Деление рынка на сегменты. Критерии, используемые для сегментации потребительских и деловых рынков. Априорная сегментация. Описательное сегментирование. Сегментирование по потребительским предпочтениям. Поведенческое сегментирование. Психографическое сегментирование. Этап II. Выбор целевого сегмента. Критерии выбора целевых сегментов. Стратегии охвата рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг, нишевый и индивидуализированный маркетинг. Этап III. Позиционирование товара (фирмы) на рынке. Стратегии позиционирования. Этап IV. Разработка маркетинговой программы для целевого сегмента рынка.</p> <p><b>Тема 3. Исследование поведения покупателей на рынке</b> Факторы, влияющие на принятие решения о покупке. Характеристика этапов процесса принятия решения о покупке: Возникновение потребности, поиск информации о возможности удовлетворения потребности, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку. Понятия «Удовлетворенность» и «Лояльность». Оценка удовлетворенности и лояльности потребителей.</p> <p><b>Тема 4. Задачи и организация маркетинговых исследований</b> Характеристика первичной и вторичной маркетинговой информации. Источники вторичной маркетинговой информации. Содержание программы сбора первичной маркетинговой информации. Характеристика методов сбора первичной маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система (МИС).</p> <p><b>Тема 5. Товарная политика фирмы</b> Мультиатрибутивная модель товара. Классификация новизны товара. Технология создания нового товара. Основные причины провалов новых товаров на рынке. Ключевые факторы успеха новых товаров на рынке. Управление товарным ассортиментом. Ширина, 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». Этапы создания бренда. Частные торговые марки.</p> <p><b>Тема 6. Сбытовая политика фирмы</b> Характеристика способов организации сбытовой деятельности фирмы. Понятие и характеристика каналов распределения. Функции участников канала распределения. Типы посредников. Стратегии сбыта. Факторы, влияющие на выбор структуры каналов распределения. Современные тенденции в организации товаропроводящих сетей.</p> <p><b>Тема 7. Коммуникационная политика 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 «публик рилейшнз». Основные методы и средства, используемые специалистами по ПР. Мероприятия по стимулированию</p>
--	--	---

		<p>сбыта, цели их проведения. Характеристика и особенности основных средств стимулирования сбыта. Мерчандайзинг: коммуникации на месте продаж.</p> <p>Организация личных продаж. Директ маркетинг. Каналы директ маркетинга.</p> <p>Интегрированные маркетинговые коммуникации.</p> <p>Оценка эффективности инструментов коммуникационной политики.</p> <p><b><u>Логистика</u></b></p> <p><b>Тема 1. Теоретические и методологические основы логистики</b>  Понятийный аппарат логистики. Концепция логистики: эволюция концептуальных подходов.  Объект и предмет изучения логистики, цели и задачи.  Роль логистики в повышении конкурентоспособности фирмы.  Системы в логистических сетях.  Функциональные области логистики.  Оперативные и стратегические аспекты.</p> <p><b>Тема 2. Информационная логистика</b> Информационный логистический поток.  Информационные логистические системы, их классификация и построение. Управление информационной системой на основе принципа обратной связи.  Области применения и примеры реализации информационных технологий управления корпоративными логистическими системами.  Основные аспекты автоматизации логистической деятельности предприятия.  Плановые, диспозитивные (диспетчерские), исполнительные (оперативные) информационные</p> <p><b>Тема 3. Товарная логистика: теоретические основы и практическая деятельность</b> Закупочная логистика. Логистика производственных процессов. Сбытовая и распределительная логистика. Логистика запасов. Логистика складирования. Транспортная логистика.</p> <p><b>Тема 4. Логистика сервисного обслуживания: теоретические основы и практическая деятельность</b> Классификация видов сервисного обслуживания.  Критерии оценки сервиса: удовлетворение потребительского спроса, оказания услуг производственного назначения, послепродажного и информационного обслуживания.  Стратегия улучшения качества логистического сервиса.</p> <p><b>Тема 5. Логистика электронной торговли</b> Электронная коммерция в сети Интернет. Развитие электронной логистики в сфере B2C. Особенности электронной логистики в B2B: виртуальные системы расчетов, системы слежения, виртуальные доски объявлений по перевозкам.  Программное обеспечение электронной логистики.</p> <p><b>Тема 6. Организация логистического управления на предприятии</b> Функции и операции логистического управления.  Логистические системы и их элементы как объекты логистического управления на предприятии. Зарубежный опыт управления логистическими системами на предприятии. Планирование логических процессов. Организация управления функциональными подсистемами логистики  Виды логистических стратегий.  Стратегия минимизации общих логистических издержек.  Стратегия улучшения качества логистического сервиса.  Планирование, разработка и реализация логистической стратегии.  Взаимосвязь корпоративной и логистической стратегий предприятия.</p> <p><b><u>Коммерческая деятельность</u></b></p> <p><b>Тема 1. Организация и регулирование коммерческой деятельности.</b></p>
--	--	---

		<p>Сущность коммерческой деятельности. Субъекты и объекты коммерческой деятельности. Государственное регулирование коммерческой деятельности.</p> <p><b>Тема 2. Организация работы по закупкам товаров.</b> Организация системы хозяйственных связей. Формирование ассортимента. Формы и методы расчетов. Коммерческий риск. Страхование коммерческой деятельности. Коммерческая информация.</p> <p><b>Тема 3. Каналы распределения в коммерческой деятельности.</b> Коммерческая работа по организации оптовой и розничной торговли. Характеристика каналов сбыта.</p> <p><b>Тема 4. Эффективность коммерческой деятельности.</b> Показатели эффективности коммерческой деятельности. Методика оценки.</p> <p><b><u>Теоретические основы товароведения</u></b></p> <p><b>Тема 1. Введение в товароведение</b> Изучение предмета и содержания товароведения, рассмотрение товара как объекта коммерческой деятельности, уяснение роли и значения товароведения в формировании профессиональных компетенций специалистов торгового дела.</p> <p><b>Тема 2. Классификация и кодирование продовольственных и непродовольственных товаров</b> Ознакомление с научными методами систематизации и кодирования продовольственных и непродовольственных товаров</p> <p><b>Тема 3. Товароведные характеристики продовольственных и непродовольственных товаров</b> Изучение основных видов, свойств, показателей и факторов, влияющих на формирование и управление ассортиментом и качеством товаров. Ознакомление с общей методологией проведения оценки и контроля качества товаров.</p> <p><b>Тема 4. Сохранение продовольственных и непродовольственных товаров</b> Изучение факторов, влияющих на сохранение продовольственных и непродовольственных товаров. Изучение процессов, происходящих при хранении продовольственных и непродовольственных товаров.</p> <p><b>Тема 5. Товарная информация</b> Изучение видов и средств товарной информации. Изучение маркировки продовольственных и непродовольственных товаров.</p> <p><b>Тема 6. Экспертиза продовольственных и непродовольственных товаров</b> Ознакомление с основными видами товарных экспертиз. Изучение методологических основ организации и проведения товарных экспертиз.</p> <p><b><u>Организация, технология и проектирование предприятий</u></b></p> <p><b>Тема 1. Основы построения процесса товародвижения</b> Процесс товародвижения и его сущность. Технологическая цепочка доведения товара от производителя к потребителю. Основные звенья цепи. Факторы, влияющие на процесс товародвижения. Основные принципы построения процесса рационального товародвижения. Внедрение передовых достижений науки в процесс товародвижения. Лучшие мировые практики организации процесса Понятие и характеристика каналов распределения. Функции участников канала распределения. Типы посредников. Стратегии сбыта. Факторы, влияющие на выбор структуры каналов распределения. Современные тенденции в организации товаропроводящих сетей.</p> <p><b>Тема 2. Законодательная база процесса товародвижения</b> Перечень нормативных актов, регулирующих процесс товародвижения от производителя к потребителю. Законы в сфере потребительского законодательства. Основные определения и положения документов. Закон РФ «О защите прав потребителей». Основные положения документа. Организация государственного контроля торговой деятельности. Органы контроля и их функции.</p> <p><b>Тема 3. Торговые предприятия. Виды и функции складов,</b></p>
--	--	--

		<p><b>технологические процессы на складах</b>  Оптовые торговые предприятия.  Функции оптовой торговли. Типовое разнообразие оптовых предприятий.  Виды оптовых предприятий, их специализация. Складские предприятия, классификация по выполняемым функциям, ассортиментному признаку, режимам хранения и пр. Назначение и функции складов. Технологические и технические требования к планированию и обустройству складских помещений. Состав оборудования для хранения и перемещения товара. Принципы организации процесса приемки, размещения, хранения и отпуска товара. Организация труда на складах торговли. Организационная структура складского предприятия.</p> <p><b>Тема 4. Тара и операции работы с тарой в торговле</b>  Понятие упаковки и тары, их функции. Признаки классификации основных видов тары и их характеристика. Требования к материалам для производства упаковки и тары. Требования к унификации и стандартизации и качеству тары. Методы организации тарного хозяйства в торговле.</p> <p><b>Тема 5. Организация процесса перевозки товаров</b>  Транспортные средства в торговой деятельности. Основные виды транспортных средств. Автомобильный, железнодорожный транспорт, классификация подвижного состава. Классификация способов отправки товара. Порядок погрузки и выдачи грузов. Особенности перевозки товаров водным и воздушным транспортом. Виды перевозок на речном транспорте. Нормативная документация, регулирующая процесс перевозки товара. Документы, необходимые для организации перевозки.</p> <p><b>Тема 6. Организация товароснабжения розничной торговой сети</b>  Сущность предприятий товароснабжения и основные требования к организации. Основные принципы товароснабжения розничных предприятий. Формы товароснабжения и технология завоза товаров в розничные предприятия торговли.  Характеристика способов организации сбытовой деятельности фирмы. Формы товароснабжения розничной торговой сети, особенности каждой формы. Организация поставки и документооборот, обслуживающий поставку товара.</p> <p><b>Тема 7. Розничная торговая сеть</b>  Розничная торговая сеть: виды торговой сети, функции.  Признаки классификации и специализации розничных торговых предприятий. Классификация магазинов по ассортиментному признаку. Принципы размещения розничных торговых предприятий.</p> <p><b>Тема 8. Устройство и планировка магазинов</b>  Устройство и основы технологической планировки магазина розничной торговли.  Признаки классификации торговых зданий и сооружений. Состав и взаимосвязь помещений магазина, планировка торгового зала и подсобных помещений.</p> <p><b>Тема 9. Торгово-технологическое оборудование для магазинов</b>  Торгово-технологическое оборудование для магазина. Классификация оборудования для предприятий розничной торговли. Понятие торгового инвентаря.  Мебель для торгово-складских помещений магазина, холодильное, измерительное оборудование, оборудование для контрольно-кассового обслуживания.</p> <p><b>Тема 10. Организация торгово-технологического процесса на предприятиях торговли и обслуживание покупателей</b>  Технология поступления и приемки товаров в магазине.  Дефектный товар и недостача. Документальное оформление операций.  Система хранения товаров и предпродажная подготовка. Понятие и нормы естественной убыли товаров.  Технология и размещение товаров в торговом зале. Принципы выкладки товаров. Технология розничной продажи товаров.  Дополнительные услуги, оказываемые покупателям на предприятиях розничной торговли. Перечень услуг и особенности организации их</p>
--	--	--



		<p>предоставления.</p> <p>Внемагазинные формы продажи товаров, особенности организации и возможности применения каждой формы.</p> <p><b>Тема 11. Принципы, нормы и методы технологического проектирования предприятий торговли</b></p> <p>Проект, проектирование, основные понятия. Виды проектов. Принципы проектирования. Строительные нормы и правила. Стадии и этапы проектирования предприятий. Техничко-экономическое обоснование (техничко-экономический расчет). Методы проектирования: унификация, типизация, оптимизация, агрегирование.</p> <p><b>Тема 12. Организация строительства и капитального ремонта торговых зданий</b></p> <p>Строительство, ремонт: понятие, назначение, отличия. Способы строительства. Договор подряда. Этапы приемки объекта при строительстве. Рабочая и приемочная комиссия. Реконструкция предприятий. Техническое оснащение.</p> <p><b>Тема 13. Основные направления совершенствования проектирования и строительства предприятий торговли</b></p> <p>Основные направления проектирования. Современные форматы предприятий торговли: гипермаркеты, супермаркеты, магазины шаговой доступности, магазины-склады, контейнерные терминалы, высотные склады, бизнес-парки, молы. Их краткая характеристика. Оптимальное использование торговых площадей на предприятии розничной торговли, грузовой площади и емкости товарных складов. Внедрение современных форм торгового обслуживания, форм и методов продажи товаров. Модернизация в области механизации и автоматизации торговых и складских процессов</p>
2	<p>2 раздел Международный маркетинг, Международные экономические отношения, Международная торговая система, Внешнеэкономическая деятельность России, Управление международной маркетинговой деятельностью.</p>	<p><b><u>Международный маркетинг</u></b></p> <p><b>Тема 1. Теория и методология международного маркетинга</b> Понятие, сущность и принципы международного маркетинга. Виды международного маркетинга. Внешнеторговый, мультинациональный и глобальный маркетинг. Международный маркетинг как интегрирующая функция современного международного менеджмента. ТНК как носители концепции международного маркетинга. Специфические особенности участия российских предприятий в мирохозяйственных связях.</p> <p><b>Тема 2. Мировые рынки. Классификация и современное состояние</b> Рынки экономических сообществ государств и национальные рынки, Региональные рынки. Финансовые рынки. Рынки технологий, патентов, лицензий и ноу-хау. Современные характеристики состояния конкретных мировых рынков. Международные и национальные маркетинговые ассоциации. Цели, задачи, направления деятельности.</p> <p><b>Тема 3. Окружающая среда международного маркетинга</b> Основные показатели экономической среды, их содержание и динамика. Политико-правовая среда. Использование особенностей законодательств зарубежных стран и международного торгового права. Технологическая среда. Восприимчивость зарубежных рынков к новым технологиям. Социально-культурная среда, особенности национальных культур потребления. <b>Тема 4. Стратегии выхода на международные рынки</b> Выбор способа выхода на международные рынки. Альтернативные стратегии проникновения на внешние рынки. Лицензирование, франчайзинг, совместное предприятие.</p> <p><b>Тема 5. Аналитическая функция в международном маркетинге</b> Сегментация потребителей в системе международного маркетинга. Учет феномена глобализации культуры потребления. Анализ фирменной структуры международной рыночной среды. Оценка собственных конкурентных преимуществ на зарубежных рынках. Маркетинговые исследования на международном рынке.</p> <p><b>Тема 6. Международный маркетинг-микс: товарная политика</b> Особенности ЖЦТ при работе предприятия на внешних рынках. Качество товара в системе международного маркетинга. Международные</p>

		<p>(рекомендательные), национальные и фирменные стандарты, определяющие качество товара.</p> <p>Сервис как обязательный атрибут товара, важнейший фактор конкурентоспособности товара на внешнем рынке. Диверсификация и стандартизация выпускаемой предприятием товарной продукции. <b>Тема 7. Международный маркетинг-микс: цены и ценовая политика</b> Затратное ценообразование. Метод целевой цены или целевой нормы прибыли. Ценовая дискриминация по поведению покупателя, по вариантам изделия, по времени и месту продажи. Ценовая политика при выходе на новый зарубежный рынок, при выводе нового товара на освоенный внешний рынок. Общие методические подходы к расчетам внешнеторговых цен.</p> <p><b>Тема 8. Международный маркетинг-микс: сбытовая политика</b> Системы сбыта и продажи товаров в международном маркетинге. Категории независимых посредников, участвующих в международном товарообороте, в зависимости от их взаимоотношений с товаропроизводителями. <b>Тема 9. Международный маркетинг-микс: коммуникационная политика</b> Социально-культурные факторы внешней среды и их влияние на международную маркетинговую деятельность. Кросс-культурный анализ. Выбор канала распространения рекламы в международном маркетинге.</p> <p><b>Тема 10. Управление и контроль в международном маркетинге</b> Планирование международных операций. Стратегическое и оперативное планирование в международном маркетинге. Управление рисками в международном маркетинге с привлечением страховых компаний и без них.</p> <p><b><u>Международные экономические отношения</u></b></p> <p><b>Тема 1. Введение. Основные категории понятия МЭО, их содержание в контексте глобализации</b> Понятие «международные экономические отношения» (МЭО), субъекты и формы их развития в условиях глобализации. Современный процесс всемирной экономической, политической и культурной интеграции и унификации, втягивания мирового хозяйства в рыночные отношения на основе транснационализации и регионализации. Основные источники, формы и факторы глобализации, их влияние на современное состояние МЭО. Субъекты МЭО (национальные государства, региональные интеграционные группировки, ТНК, международные организации и учреждения, неправительственные институты). Формы международных экономических отношений – валютно-финансовые, торговые, трудовые и др. Участие стран в глобальных стоимостных цепочках (ГСС). Специфика взаимодействия национальных и интернациональных факторов влияния.</p> <p><b>Тема 2. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения. Движение капиталов</b> Международные валютно-кредитные и финансовые отношения (МВКФО) как составная и основная часть МЭО, как фокус проблем национальной и мировой экономики. Общие характеристики МВКФО. Движение капитала. Современная валютная система. Этапы ее формирования: создание и функционирование Бреттон-Вудской системы, Ямайские соглашения. Влияние мирового экономического кризиса на международные и национальные финансы. Инвестиционное международное сотрудничество. Основные понятия. Причины движения капитала в форме ПИИ. Инвестиционный климат. Тенденция либерализации сферы движения капиталов.</p> <p><b>Тема 3. Демографические ресурсы мира. Международная экономическая миграция населения в системе МЭО</b> Демографические ресурсы. Численность населения, основные демографические показатели. Тенденции роста населения мира. Миграция на постсоветском пространстве. Демографическая ситуация в России. Роль иностранной рабочей силы в различных отраслях экономики. Положение мигрантов в России. Перспективы развития рынка</p>
--	--	---

		<p>рабочей силы России. Концепция регулирования миграционных процессов в Российской Федерации.</p> <p><b>Тема 4. Международная торговля: основные тенденции и характеристики</b>  Понятие международного торгово-экономического сотрудничества. Роль и место международной торговли в развитии мирового хозяйства. Основные тенденции и характеристики. Роль и воздействие Интернета, электронная торговля. Влияние финансового кризиса на динамику международной торговли. Возрастающая роль транснациональных корпораций (ТНК) в развитии мировой торговли. Классификация внешнеэкономических операций. Основные понятия, характеризующие степень участия страны в международной торговле (экспортная, импортная, внешнеторговая квоты, индекс относительной экспортной специализации, товарооборот на душу населения). Платежный баланс, его роль в регулировании внешнеэкономической деятельности.</p> <p><b>Тема 5. Международная торговля товарами: структура, географическое распределение, товарные рынки</b>  Основные тенденции и динамика развития мировой торговли товарами на современном этапе. Участие развитых и развивающихся стран, государств переходного периода. Понятие мирового рынка. Конъюнктура и цены мирового рынка и факторы их формирования.  Меры государственного регулирования внешней торговли. Свободные экономические зоны. Многосторонние товарные соглашения (на примере ОПЕК, международных соглашений по пшенице, кофе, какао). Общая система преференций для развивающихся стран.</p> <p><b>Тема 6. Международная торговля услугами и результатами интеллектуальной деятельности</b>  Международная торговля услугами. Характеристика услуг как предмета торговли. Роль торговли услугами в экономике стран мира. Виды торгуемых услуг. Роль международных организаций, в первую очередь ГАТС, в регулировании торговли услугами. Основные тенденции развития экспорта и импорта услуг в развитых и развивающихся странах.  Международная торговля продуктами интеллектуальной деятельности. России. Место России на мировом рынке высокотехнологичной продукции. Роль технопарков в развитии научного потенциала страны.</p> <p><b>Тема 7. Интеграционные группировки и их роль в развитии МЭО</b>  Понятие региональной интеграционной группировки. Основные тенденции развития интеграции в различных регионах мира. Роль интеграционных группировок в развитии международных внешнеэкономических связей. Теория этапов интеграции Б.Белашши: от зоны свободной торговли к политическому, экономическому и валютному союзу. Процессы интеграции Европы: от Европейского Объединения Угля и Стали (ЕОУС) к Европейскому Союзу (ЕС). Римский договор. Становление европейской валютной системы. Сотрудничество России с ЕС. Соглашение о партнерстве и развитии. Интеграционные объединения Америки и Азии на примерах НАФТА, Меркосур и АСЕАН: особенности и проблемы развития. Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество (АТЭС). Перспективы развития транстихоокеанского партнерства (ТТП). Новая роль региональных торговых соглашений, их влияние на процессы либерализации мировой торговли. Становление интеграции на постсоветском пространстве. Препятствия и противоречия. Конкурентные преимущества стран-участниц. Развитие взаимной торговли и торговли с третьими странами. Формирование единого экономического пространства – институциональный вызов для России.</p> <p><b>Тема 8. Роль и место международных организаций в системе МЭО</b>  Международное сотрудничество и международно-правовое регулирование. Задачи международного регулирования МЭО. Организация Объединенных Наций (ООН) – история создания, основные функции и задачи. Структура экономического блока ООН и его учреждений. Роль ООН в регулировании глобальной экономики. Организация Экономического Сотрудничества (ОЭСР): задачи, цели и функции. Члены организации. Вступление России в ОЭСР.</p>
--	--	--

		<p>Всемирная Торговая Организация (ВТО). История создания. Роль Генерального соглашения по тарифам и торговле (ГАТТ) в либерализации мировой торговли. Уругвайский раунд. Создание ВТО: Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС) и Соглашение по торговле результатами интеллектуальной деятельности (ТРИПС). Функции и структура ВТО.</p> <p><b>Тема 9. Россия в МЭО</b> Россия в глобализированном мире. Формирование современной структуры российской экономики. Роль государства в регулировании экономики. Россия на мировых рынках товаров и услуг. Позиции России на мировых рынках нефти, газа, угля, металлов. Уязвимость ее положения в связи с высокой степенью зависимости от внешних факторов: нестабильности МХ в условиях кризиса, волатильностью мировых цен на сырьевые товары и т.п.</p> <p><b><u>Международная торговая система</u></b></p> <p><b>Тема 1. Введение. Основные понятия, сущность международной торговли и мирового рынка в условиях глобализации. Теории и концепции становления и развития МТ</b> Основные понятия, связанные с предметом «Международная торговая система». Экономические теории международной торговли. Глобализация и ее характер, источники и механизмы- влияние на МТ. Роль ТНК и глобальных стоимостных цепочек.</p> <p><b>Тема 2. Основные тенденции развития МТ товарами и услугами</b> Понятийный аппарат. Источники информации о внешней торговле: основные показатели. Структура и география мировой торговли. Конъюнктура мировых товарных рынков. Основные тенденции и динамика развития мировой торговли товарами на современном этапе.</p> <p><b>Тема 3. Международная торговля товарами, структура и основные тенденции развития</b> Структура мировой торговли. Мировые рынки энергоносителей. Современные тенденции развития мировой торговли нефтью, газом, углем электроэнергией. Роль готовых изделий в мировой торговле, торговля машинами и оборудованием. Торговля сельхозтоварами.</p> <p><b>Тема 4. Инструменты регулирования международной торговли товарами и услугами</b> Основные понятия. Роль международных организаций в регулировании МТ. Механизмы регулирования ВТ стран. Тарифные и нетарифные методы регулирования. Обычай в МТ. Национальное регулирование.</p> <p><b>Тема 5. Международной торговли услугами и объектами интеллектуальной собственности (ОИС)</b> Международная торговля услугами. Роль ГАТС в формировании понятия «услуги» как предмета торговли. Доля услуг в структуре мировой торговли. Основные тенденции развития экспорта и импорта услуг в развитых и развивающихся странах. Способы и формы передачи знаний на некоммерческой и коммерческой основе. Понятие интеллектуальной собственности. Международная торговля продуктами интеллектуальной деятельности. Роль ТРИПС и др. соглашений.</p> <p><b>Тема 6. Особенности участия отдельных стран и регионов в международной торговле</b> Страны-лидеры в МТ. Место развитых и развивающихся стран в мировой торговле. Роль США, Китая, ЕС, Японии, стран Восточной Европы и СНГ в развитии МТ. Основные тенденции развития Торговли Индии, Бразилии, др. стран.</p> <p><b>Тема 7. Международные организации, их роль в развитии МТ</b> Основные организации: влияние на развитие международной торговли. Основные тенденции. ВТО и ее роль как универсальной организации в регулировании МТ. Основные принципы и механизмы ВТО. Обязательства России.</p>
--	--	--

		<p><b>Тема 8. Интеграционные группировки и их роль в развитии международной торговли товарами и услугами</b> Международные торговые соглашения. Роль преференций в развитии торговли. Общая тенденция либерализации. Основные интеграционные группировки и их механизмы. Региональные торговые соглашения, мега-объединения. Перспективы ТТП и ТТИП.</p> <p><b>Тема 9. Россия в международной торговле товарами и услугами</b> Основные особенности экономики РФ. Особенности структуры и географии экспорта-импорта. Основные торговые партнеры. Динамика последних лет. Влияние санкций на развитие внешней торговли России</p> <p><b><u>Внешнеэкономическая деятельность России</u></b></p> <p><b>Тема 1. Вводная лекция. Россия как полноправный участник глобальной экономической системы</b> Структура дисциплины и ее задачи, место в системе экономических дисциплин. Глобализация как важнейшая тенденция развития мирового хозяйства в XXI веке. Укрепление экономического потенциала России в начале XXI века. Сохраняющаяся относительно слабая включенности России в современные процессы НТП, завязанные на производство.</p> <p><b>Тема 2. Участие России в мировой торговле товарами</b> Мировая торговля и интересы России. Международная торговля и глобализация: столкновение интересов. Показатели, характеризующие состояние, структуру и динамику российской внешней торговли: стоимостной и физической объемы товарооборота, экспорта и импорта, сальдо торгового баланса. Внешнеторговая, экспортная и импортная.</p> <p><b>Тема 3. Россия на мировом рынке услуг. Научный потенциал России. Участие России в международной торговле результатами интеллектуальной деятельности</b> Международная торговля услугами. Основные проблемы и особенности. Классификация услуг, применяемая в мировой торговле. Роль и место торговли услугами в российской экономике. Услуги торговли и торговля услугами. Россия на мировом рынке услуг, масштабы ее участия. Структура, динамика, географическое распределение.</p> <p><b>Тема 4. Россия в МВФКО. Иностраннные инвестиции и их связь с динамикой и структурой внешней торговли России</b> Влияние транснационализации мирового хозяйства на развитие внешней торговли России. Особенности положения ПИИ в России по сравнению с другими странами-реципиентами. ТНК в российской экономике – отраслевое и региональное распределение, их участие.</p> <p><b>Тема 5. Регулирование внешнеторговой деятельности. Внешнеторговая политика России и практика ее реализации на страновом, региональном и глобальном уровнях</b> Договорно-правовая база регулирования внешней торговли России, основные законодательные нормы. Применение тарифных и нетарифных методов регулирования. Применение административных, фитосанитарных, технических и пр. барьеров в торговой политике России. Современная политика России в области внешнеэкономических связей. Государственная политика поддержки экспортера.</p> <p><b>Тема 6. Участие России в интеграционных группировках. Влияние интеграции и характер национальной внешней торговли</b> История взаимоотношений России (СССР) с европейскими интеграционными группировками. Интересы России в Европе. Современная договорно-правовая база сотрудничества России с ЕС. Сотрудничество России со странами СНГ. Взаимоотношения России с другими интеграционными группировками.</p> <p><b>Тема 7. Участие России в МО. Влияние членства в ВТО на перспективы развития российской внешней торговли</b> Многостороннее регулирование международной торговли. Основные элементы системы многосторонних договоренностей в рамках ГАТТ/ВТО в их преломлении к интересам России. Участие России в МО. Основные обязательства России.</p>
--	--	---

		<p><b>Тема 8. Внешняя торговля России со странами дальнего и ближнего зарубежья</b>  Основные торговые партнеры из стран дальнего и ближнего зарубежья. Структура и перспективы торговли со странами ЕС, США, Японией, развивающимися странами. Торговые отношения России со странами СНГ.</p> <p><b><u>Управление международной маркетинговой деятельностью</u></b>  <b>1. Особенности, цели и задачи международного маркетинга</b>  Глобализация экономики и интернационализация предпринимательства. Понятия и сущность международного маркетинга. Среда международного маркетинга. Функции, цели и задачи международного маркетинга. Концепции международного маркетингового управления.</p> <p><b>2. Стратегии и программы международного маркетинга</b>  Маркетинговые стратегии в международном бизнесе. Принципы формирования международных маркетинговых программ. Информационное обеспечение международной маркетинговой деятельности. Способы выхода фирмы на международные рынки. Маркетинговые решения при работе на международных рынках.</p> <p><b>3. Организация международной маркетинговой деятельности</b>  Формы организации международной маркетинговой деятельности. Место, назначение и задачи маркетингового подразделения компании во внешней экономической деятельности. Функции управления при организации международной маркетинговой деятельности.</p> <p><b>4. Контроль и оценка эффективности международной маркетинговой деятельности</b>  Контроль международной маркетинговой деятельности. Оценка эффективности международной маркетинговой деятельности. Оценка эффективности инвестиционных маркетинговых проектов.</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. Общие и конкретные функции менеджмента. Их особенности, состав и содержание. Изменение состава и содержания функций менеджмента с развитием внутренней и внешней среды.
12. Основные виды организационных структур управления, их характеристика и условия применения. Факторы, влияющие на формирование и развитие организационных структур управления. Современные организационные формы управления организациями.
13. 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.
14. Характеристика современных концепций маркетинга.
15. Сущность процесса сегментации. Этапы процесса целевого маркетинга.
16. Оценка и выбор целевых сегментов рынка. Стратегии охвата рынка: концентрированный, дифференцированный, массовый, нишевый и кастомизированный маркетинг.
17. Позиционирование товаров и услуг: сущность, стратегии.
18. Этапы создания нового товара. Жизненный цикл товара как основа товарной политики фирмы. Характеристика этапов жизненного цикла товара.
19. Современные тенденции в сфере маркетинговых коммуникаций. ATL и BTL-коммуникации. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
20. Логистика: понятийный аппарат, функциональные области логистики. Современные логистические концепции
21. Типы исследовательской информации. Первичная и вторичная информация. Проблемы и возможности использования. Источники получения.
22. Качественные маркетинговые исследования: понятие, характеристики. Основные виды качественных исследований.
23. Современные методы качественных исследований: этнография, MROC, нейромаркетинговые исследования: сущность, характеристика методов.
24. Опросы в маркетинговых исследованиях. Типы опросов. Преимущества и недостатки.
25. Методы формирования выборочной совокупности для проведения маркетингового исследования. Характеристика методов. Определение объема выборки.
26. Проведение маркетинговых исследований посредством Интернет технологий. Типы и особенности проводимых исследований.
27. Устройство современного склада торговой организации. Объемнопланировочные решения на складе и автоматизация складских операций. Алгоритм технологических операций на складе. Эффективность работы склада.
28. Штриховое кодирование товаров: понятие, цель, назначение. Структура кода: понятия, основные элементы. Общероссийские классификаторы технико-экономической и социальной информации.
29. Качество товаров: основные понятия свойства и качества товаров. Методы оценки уровня качества товаров. Основные виды безопасности продовольственных и непродовольственных товаров.
30. Классификация договоров и порядок их заключения в коммерческой деятельности. Договор купли-продажи. Договор комиссии. Договор консигнации. Договор коммерческой концессии.

31. Ассортимент коммерческого предприятия. Показатели ассортимента: широта, глубина, сбалансированность, устойчивость, степень обновления. Анализ ассортимента.
32. Организация поставок. Этапы и критерии выбора поставщика.
33. Розничная торговля: сущность. Форматы розничной торговли. Характеристика. Принципы размещения.
34. Электронная торговля: сущность, текущее состояние, тренды развития. Новые виды Интернет-посредников.
35. Организация оптовой торговли: сущность и характеристика сферы. Виды посредников в оптовой торговле.

## Часть 2

1. Этапы формирования современного мирового хозяйства и
2. международной торговой системы (МТС). Роль научно-технического прогресса в переходе экономики на новый этап. Характеристики четвертой промышленной революции и современное состояние МТС.
3. Роль интеграционных процессов в развитии международной торговли. Этапы интеграции. Соглашения о свободной торговле. Мега-соглашения ТТП, ТТИП, Экономический пояс Шелкового пути и др., их роль, возможные последствия их реализации для интересов России.
4. Глобализация, факторы формирования глобализированного мира. Теория постиндустриального общества. Основные движущие силы развития наиболее передовых стран мира.
5. Основные группы стран согласно классификации МВФ и ВБ. Принципы классификации. Международные сопоставления: ВВП, ВНД, НД. Качественные международные рейтинги стран.
6. Основные группы развивающихся стран и их роль в мировой экономике и международной торговле.
7. Тарифные и нетарифные методы регулирования международной торговли. Понятие таможенного тарифа. Экспортные и импортные пошлины, их функции и виды. Виды нетарифных ограничений. Особенности применения этих мер в России.
8. Международное регулирование внешней торговли. Роль обычаев в торговой практике. ИНКОТЕРМС - основные базисы поставки. Роль международных торговых терминов в развитии торговых операций.
9. История создания ВТО. Структура и руководящие органы ВТО. Основные соглашения ВТО. Принципы ВТО. Роль ВТО в регулировании международной торговли.
10. Международные валютно-финансовые и кредитные отношения. Формирование современной валютной системы. Роль финансовых институтов в регулировании международных финансов.
11. ВТО как универсальная организация регулирования международной торговли. История присоединения России к ВТО. Ход выполнения взятых Россией обязательств перед ВТО.
12. Роль посредника во внешнеторговых операциях. Виды посредников. Изменение методов ведения бизнеса в условиях цифровизации экономики. Заключение контракта при участии торгового посредника.
13. Транснационализация экономики как фактор развития международной торговли. Роль ТНК в развитии мировой торговли. Факторы усиления их влияния на современном этапе. Крупнейшие ТНК мира и России.
14. Тенденция глобализации МЭ и МЭО. Факторы глобализации. Глобальные вызовы человечества. Концепция устойчивого развития.



15. Научно-технические ресурсы мирового хозяйства. Основные показатели, характеризующие положение страны в мировых НИОКР. Объекты интеллектуальной собственности. Торговля интеллектуальной собственностью. Роль ТРИПС и других соглашений в регулировании сферы ИС.
16. Мировой рынок нефти. Роль стран ОПЕК в развитии торговли углеводородами. Участие России в мировой торговле нефтью, взаимодействие с ОПЕК.
17. Россия - сырьевая держава. Структура экспорта России. Новые международные вызовы. Падение мировых цен на нефть, последствия для российской экономики. Влияние санкций на развитие топливно-энергетического комплекса России.
18. География мировой торговли. Страны переходного периода и их место в мировой торговле (на примере СНГ и стран Восточной Европы).
19. Международная миграция. Демографические проблемы России, развитие и роль миграции, влияние ее на развитии экономики и внешней торговли.
20. Основные формы международного движения капитала. Его роль в развитии международной торговли. Россия на рынке капиталов. Проблемы деофшоризации экономики.
21. Основные тенденции развития мировой торговли. Роль развивающихся стран в торговле товарами и услугами. Страны- лидеры. Фактор Китая.
22. Товарная структура и география торговли России. Развитие российской внешней торговли в условиях санкций.
23. Международная торговля услугами. Способы торговли услугами. Виды торгуемых услуг. Роль ГАТС в регулировании международной торговли услугами. Наиболее распространенные способы торговли услугами в России.
24. Международные организации, их роль в регулировании МЭО. ООН: структура, главные учреждения. Участие России в работе ЮНКТАД, ПРООН, ФАО и других учреждениях ООН.
25. МВФ и Бреттон-Вудские учреждения. История создания, основные цели. Взаимодействие России с МВФ, ВБ и другими институтами.
26. Участие России в интеграционных процессах на пространствах бывшего СССР. ЕАЭС с участием России, Белоруссии, Казахстан, Кыргызстана, Армении. Интересы России. Проблемы и перспективы интеграции.
27. ЕС и другие интеграционные группировки. Расширение ЕС на «Восток». Торгово-экономическое взаимодействие России с ЕС. Проблемы и перспективы сотрудничества.
28. Интеграционные процессы в мире. Основные группировки (ЕС, НАФТА, МЕРКОСУР, АСЕАН и др.). Взаимодействие с ними России.
29. Технология выхода на международные рынки. Этапы подготовительной работы по выходу на рынок. Особенности осуществления экспортных и импортных операций (оферта, запрос). Альтернативные стратегии проникновения на внешние рынки.
30. Глобальные стоимостные цепочки (ГСЦ) и их роль в развитии международной торговли на современном этапе. Роль НТП в формировании ГСЦ.
31. Международный маркетинг: определение, предпосылки появления, основные цели. Виды международного маркетинга.
32. Понятие интернационализации предприятия, основные теоретические подходы к изучению процесса интернационализации. Этапы интернационализации предприятия. Мотивы интернационализации
33. Схема EPRG: классификация стилей поведения фирм на международных рынках.
34. Структура международной бизнес-среды. Влияние факторов международной внешней среды на маркетинговые решения компаний. PESTLEE как основной инструмент анализа внешней среды предприятия.
35. Классификация моделей входа на рынок. Факторы, влияющие на выбор модели входа на рынок. Принципы выбора модели входа на зарубежный рынок.

### 36. Основные виды стратегий международного маркетинга. Эволюция международной маркетинговой стратегии по Дуглас и Крейг

#### 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. Совершенствование организации коммерческой деятельности по закупкам товаров и/или услуг за рубежом (на примере российской или зарубежной компании)
2. Перспективы развития франчайзинга в (гостиничном, ресторанном, торговом) бизнесе в России или в стране по выбору
3. Эффективность использования механизмов международного лизинга в деятельности компании (российской или зарубежной)
4. Управление товарными запасами и их оптимизация в ВЭД компании (на примере конкретной компании)
5. Совершенствование организации электронной коммерции в практике российской или зарубежной компании
6. Анализ механизмов повышения эффективности транснациональной компании (на примере компании в нефтяной, металлургической, химической, машиностроительных и др. отраслях)
7. Совершенствование деятельности компании (название) на мировом рынке (нефти, зерна, химических товаров и др., по выбору)
8. Совершенствование механизмов повышения эффективности внешнеэкономической деятельности компании
9. Совершенствование международных связей IT компании
10. Влияние обязательств России перед ВТО на деятельность компании (отрасли, региона)

11. Влияние членства России в ЕАЭС (АТЭС) на деятельность компании (отрасли)
12. Совершенствование организации экспортной деятельности компании
13. Совершенствование товарной политики компании – экспортера/импортера (на примере компании...)
14. Совершенствование сбытовой политики компании – экспортера/импортера (на примере компании...)
15. Совершенствование коммуникационной политики компании – экспортера/импортера (на примере компании...)
16. Совершенствование процесса разработки и выведения на внешние рынки новых товаров (на примере компании...)
17. Анализ маркетинговых стратегий, применяемых иностранными фирмами (на конкретном примере) на российском рынке

## **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 38.03.06 Торговое дело.

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 объемом 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 отчётных материалов, отдельные положения из инструкций и правил, принятые при проведении расчётов исходные данные, полученные в ходе расчётов 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. Аакер Д. Как обойти конкурентов. Создаем сильный бренд. СПб.: ПИТЕР, 2012.
2. Белов В.А. Международное торговое право и право ВТО. В 2-х томах. –М.: ЮРАЙТ, 2014.
3. Галицкий Е., Галицкая Е. Маркетинговые исследования. Учебник. Бакалавр. - М.: Юрайт, 2014.
4. Даниленко Л.Н. Рентно-сырьевая модель экономики России и проблемы ее неиндустриальной трансформации. Монография. – М.: Инфра-М, 2014.
5. Дашков Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебник/ Л.П. Дашков. О.В. Памбухчиянц. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012.
6. Диденко Н., Скрипнюк Д. Международный маркетинг. - М.: ЮРАЙТ, 2015.
7. Дюмулен И.И. Всемирная торговая организация. Экономика, политика, право. - М.: ВАВТ, 2012.
8. Егоров В.Ф. Организация, технология и проектирование в торговле: учебник для вузов/ В.Ф. Егоров. – М.: Первый класс, 2012.
9. Котлер Ф., Вонг В., Сондерс Дж., Армстронг Г. Основы маркетинга. – Изд-во Вильямс, 2015.
10. Шимко П.Д. Мировая экономика и международные экономические отношения. - М.: ЮРАЙТ, 2015.

### **7.2. Дополнительная литература**

1. Иванов Г.Г., Холин Е.С. Коммерческая деятельность: учебник/ Г.Г. Иванов, Е.С. Холин. - М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2012.
2. Иванов Г.Г. Экономика организации (торговля): учебник/ Г.Г. Иванов. - МО «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2012.
3. Дюмулен И.И. Международная торговля. Экономика, политика, практика: Монография / ГОУ ВПО Всероссийская академия внешней торговли. 2-е изд. - М.: ВАВТ, 2012.
4. Глобальное экономическое регулирование. Под ред. проф. В.Н. Зуева. –М.: Магистр. 2012.
5. Ключкова Е., Кузнецов В., Платонова Т. Экономика предприятия. – М.: Юрайт, 2014.
6. Кудров В.М. Мировая экономика: социально-экономические модели развития. – М.: Магистр, 2014.
7. Кузнецова Г.В. Россия в системе международных экономических отношений. – М.: Юрайт, 2015.
8. Кузнецова Г.В., Подбиралина Г.В. Международная торговля товарами и услугами. – М.: Юрайт, 2015.
9. Маркетинг/ под ред. В.В. Герасименко. – М.: Изд-во Проспект, 2015.
10. Международные экономические отношения России. Под редакцией проф. И.Н. Платоновой. – М.: Магистр. ИНФРА-М. 2012.
11. Экономическая система России: стратегия развития / ред. И.К. Ларионов, С.Н. Сильвестров. – М.: Дашков и К`, 2012. – 336 с.
12. Международная торговая политика. Под ред. Хасбулатова Р.И. –М.: Юрайт, 2014.
13. Николаева М.А. Теоретические основы товароведения. Учебник. - М.: НОРМА, 2014.
14. Панкратов Ф.Г., Солдатова 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.
15. Прокушев Е.Ф., Костин А.А. Внешнеэкономическая деятельность. – М.: Юрайт, 2015.
16. Уваров В.В. Инновационное развитие российских компаний на основе международной интеграции. - М.: Магистр. 2014.
17. Хасбулатов Р.И. Мировая экономика и международные экономические отношения. - М.: ЮРАЙТ, 2014.
18. Международная торговая политика/под ред. Р.И. Хасбулатова. - М.: ЮРАЙТ, 2014.
19. Чалдаева Л. Экономика предприятия. - М.: ЮРАЙТ, 2015.
20. Шумилов В.М. Право Всемирной торговой организации (ВТО). - М.: ЮРАЙТ, 2013.

### **7.3. Нормативные правовые документы**

21. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть 1) от 30.11.1994 № 51-ФЗ.
22. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть 2) от 26.07.1996 № 14-ФЗ.
23. ФЗ РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-01 и доп.29.11.2009 № 234-ФЗ.
24. Закон РФ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности» от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ.
25. ГОСТ Р 51773-2009. Услуги розничной торговли. Классификация предприятий торговли.
26. ГОСТ Р 51304-2009. Услуги торговли. Общие требования.
27. ГОСТ Р 51305-2009. Услуги торговли. Требования к персоналу.
28. ГОСТ Р 51303-20012. Торговля. Термины и определения.
29. Правила продажи отдельных видов товаров (утв. Постановлением Правительства

Российской Федерации от 06.06.1998 № 612).

30. Правила продажи товаров дистанционным способом, утв. Постановлением Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612263.

31. Положение о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли. (Постановление Правительства РФ от 01.07.95 № 661 с изменениями и дополнениями).

32. Постановление Правительства РФ от 13 августа 1997 г. № 1013 «Об утверждении перечня товаров, подлежащих обязательной сертификации, и перечня работ и услуг, подлежащих обязательной сертификации».

33. Постановление Правительства РФ № 239 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)».

34. Федеральный Закон от 25 сентября 1998 г. №158-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности».

Прошито, пронумеровано и скреплено  
Печатью 51 (пятьдесят один) листа.

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

