

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

**ИНСТИТУТ ФИНАНСОВ И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР
«ВЫСШАЯ ШКОЛА БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТА»**

УТВЕРЖДЕНО

ученым советом ИФУР
Протокол от «03» декабря 2020 г.
№ 9

**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

направление подготовки
38.03.02 – Менеджмент
направленность (профиль) «Маркетинг и бренд-менеджмент»

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора 2021
Год выпуска 2025

Москва, 2021 г.

Автор-составитель:

к.э.н., доцент Челенков А.П.

(ученая степень и(или) ученое звание, должность) (наименование кафедры) (Ф.И.О.)

Директор

Научно-образовательного центра «Высшая школа бренд-менеджмента» к.э.н., доцент

(наименование кафедры) (ученая степень и(или) ученое звание)

Челенков А.П.

(Ф.И.О.)

СОДЕРЖАНИЕ

1	Основные положения	4
2	Виды и объем государственной итоговой аттестации	5
3	Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы	5
	3.1 Перечень профессиональных компетенций, владение которыми должен продемонстрировать обучающийся в ходе ГИА	5
	3.2 Перечень общепрофессиональных компетенций, на основе которых были освоены профессиональные компетенции	7
	3.3 Перечень универсальных компетенций, подтверждающих наличие у выпускника общих знаний и социального опыта	7
4	Показатели и критерии оценивания компетенций	8
	4.1 Государственный экзамен	8
	4.2 Выпускная квалификационная работа	48
5	Шкалы оценивания	49
6	Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы	51
	6.1 Содержание государственного экзамена	51
	6.2 Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен	51
	6.3 Общая характеристика выпускной квалификационной работы	53
	6.4 Перечень рекомендуемых тем ВКР	53
7	Методические материалы	54
	7.1 Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену	54
	7.2 Порядок подготовки и выполнения выпускной квалификационной работы. Требования по оформлению выпускной квалификационной работы	56
	7.3 Руководство и консультирование	63
	7.4 Процедура защиты выпускной квалификационной работы	63
	Приложение 1. Форма заявления на тему и руководителя ВКР	65
	Приложение 2. Форма плана-графика подготовки ВКР	67
	Приложение 3. Форма титульного листа ВКР	68
	Приложение 4. Примеры библиографических записей используемых источников литературы	69
	Приложение 5. Форма отзыва научного руководителя о работе обучающегося в период подготовки ВКР	71

1. Основные положения

Программа государственной итоговой аттестации предназначена для обучающихся по направлению 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг и бренд-менеджмент» 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 науки и высшего образования РФ (Приказ от 6 апреля 2021 года № 245),

– Образовательного стандарта многопрофильного бакалавриата «Маркетинг и управление продажами» Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (далее – Академия), утвержденного приказом ректора Академии от 18 июня 2020 г. № 01-5012;

– Положения о проведении в РАНХиГС государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденного приказом ректора Академии от 25.03.2016 № 01-1502 (в ред. от 27.09.2023 г. № 02-1747);

– Положения о выпускной квалификационной работе по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в РАНХиГС, утвержденного приказом ректора Академии от 28.12.2017 г. №02-943 (в ред. от 06.05.2019г. № 02-520),

– Положения о выпускной квалификационной работе по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, выполняемой в виде стартапа, утвержденного приказом ректора Академии от 30.10.2023г. № 02-2008,

– Регламента проведения ГИА с применением дистанционных образовательных технологий, утвержденного приказом ректора Академии от 24.04.2020 № 02-370,

– Учебного плана, календарного учебного графика ОП по направлению подготовки направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Маркетинг и бренд-менеджмент».

ГИА проводится государственными экзаменационными комиссиями в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися образовательных программ соответствующим требованиям образовательного стандарта, самостоятельно утвержденного Академией.

К ГИА допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по соответствующей образовательной программе.

Успешное прохождение ГИА является основанием для выдачи обучающемуся документа о высшем образовании и о квалификации образца, установленного Министерством образования и науки Российской Федерации.

Местом размещения документов, информации и обмена ими при организации ГИА с применением ДОТ является личный кабинет обучающегося <https://my.ranepa.ru/>.

Для сотрудников Академии инструментом взаимодействия с личным кабинетом обучающегося является Комплексная автоматизированная система Академии (далее – КАС).

2. Виды и объем государственной итоговой аттестации

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

Государственная итоговая аттестация проводится очно или очно с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ). ГИА может проводиться с применением ДОТ в связи с форс-мажорными обстоятельствами. Решение о проведении ГИА с применением ДОТ принимается руководителем структурного подразделения, реализующего образовательную программу и организующего ГИА для всех обучающихся образовательной программы без подачи заявлений с их стороны.

Общая трудоемкость итоговой государственной аттестации:

9 зачетных единиц – 324 академических часа,

из них:

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена – 3 зачетные единицы – 108 академических часов,

Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы – 6 зачетных единиц – 216 академических часов.

3. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы

3.1 Перечень профессиональных компетенций, владение которыми должен продемонстрировать обучающийся в ходе ГИА:

При сдаче государственного экзамена:

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

УК ОС-10	способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности
ОПК ОС-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний экономической и управленческой теории
ОПК ОС-2	Способен осуществлять сбор и анализ данных, в том числе из открытых источников, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современных инструментов
ОПК ОС-3	Способен находить организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости и оценивать их последствия
ОПК ОС-4	Способен демонстрировать знания последних прорывных направлений в менеджменте и связанных с ними революционных открытий, технологий и продуктов
ОПК ОС-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства
ПКо ОС-1	Способен использовать при осуществлении профессиональной деятельности современные методики маркетинга
ПКо ОС-2	Способен оценивать и учитывать факторы внешней среды бизнеса для повышения конкурентоспособности организации
ПКо ОС-3	Способен применять в профессиональной деятельности современные методы управления человеческими ресурсами
ПКо ОС-4	Способен применять основные методы финансового менеджмента для обеспечения деятельности организации
ПКо ОС-5	Способен осуществлять оценку конкурентных преимуществ организации при разработке и реализации стратегии организации
ПКс-1	владение умениями и навыками проведения системного и комплексного анализа внешней и внутриорганизационной среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики
ПКс-2	владение умениями и навыками анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков, методами проведения социологических исследований с использованием инструментов количественного и качественного анализа, экономико-математических и статистических расчетов, цифровых технологий обработки данных
ПКс-3	владение умениями и навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием системы метрик маркетинга и брендинга и инструментов комплекса маркетинга
ПКс-4	владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений

ПКс-5	способность участвовать в разработке и внедрении инновационных платформ (систем, технологий, продуктов) корпоративного развития
ПКс-6	способность участвовать в разработке и реализации маркетинговых программ (проектов, систем, технологий) с использованием инструментов комплекса маркетинга
ПКс-7	владение умениями и навыками проектирования и управления корпоративными брендами
ПКс-8	владение креативными умениями и навыками создания конкурентоспособных корпоративных брендов
ПКс-9	владение специальными умениями и навыками разработки и реализации программ и проектов продвижения корпоративных брендов

При защите выпускной квалификационной работы

ПКс-8	владение креативными умениями и навыками создания конкурентоспособных корпоративных брендов
ПКс-9	владение специальными умениями и навыками разработки и реализации программ и проектов продвижения корпоративных брендов

3.2 Перечень общепрофессиональных компетенций, на основе которых были освоены профессиональные компетенции.

Не предусмотрены.

3.3 Перечень универсальных компетенций, подтверждающих наличие у выпускника общих знаний и социального опыта

УК ОС-1 способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции

УК ОС-2 способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений

УК ОС-3 способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе

УК ОС-4 способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках

УК ОС-5 способность проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества

УК ОС-6 способность выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

УК ОС-7 способность поддерживать уровень физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

УК ОС-8 способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций

УК ОС-9 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

УК ОС-10 способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности

УК ОС-11: способен идентифицировать проявления экстремизма и участвовать в принятии профилактических мер, направленных на предупреждении экстремистской, в том числе террористической деятельности.

4 Показатели и критерии оценивания компетенций

4.1 Государственный экзамен

Код компетенции	Наименование компетенции	Показатели оценивания/ Индикатор	Критерии оценивания	Способ /средство оценивания
УК ОС-1	способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции	Рассматривает и определяет особенности, структуру, функции, принципы и механизмы функционирования и развития организации Анализирует и критически оценивает состояние конкретной организации с использованием изученных теоретических моделей Выявляет проблемы в структуре организации и дает предложения по ее совершенствованию Анализирует влияние различных факторов на конкретные виды поведения сотрудников и эффективность их трудовой деятельности	Самостоятельно определяет особенности, структуру, функции, принципы и механизмы функционирования и развития организации Корректно анализирует и критически оценивает состояние конкретной организации с использованием изученных теоретических моделей Грамотно выявляет проблемы в структуре и организации и предлагает обоснованные и конструктивные предложения по ее совершенствованию Самостоятельно анализирует влияние различных факторов на конкретные виды поведения сотрудников и эффективность их трудовой деятельности Обучающийся демонстрирует глубокие знания, понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений в сфере исследования,	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии

			создания и продвижения брендов, корректно использует профессиональные термины и понятия, владеет основными положениями смежных дисциплин.	
УК ОС-2	способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений	<p>Определяет оптимальное количество необходимых для разработки проекта ресурсов</p> <p>Определяет существующие экономические, социальные и политические ограничения для реализации проекта</p> <p>Осуществляет оценку по количественным показателям имеющихся ресурсов</p> <p>Выбирает оптимальные способы решения профессиональных задач в рамках поставленной цели, исходя из существующих;</p>	<p>Самостоятельно определяет оптимальное количество необходимых для разработки проекта ресурсов.</p> <p>Адекватно определяет существующие экономические, социальные и политические ограничения для реализации проекта</p> <p>Корректно осуществляет оценку по количественным показателям имеющихся ресурсов</p> <p>Готов к самостоятельному выбору оптимальных способов решения профессиональных задач в рамках поставленной цели, исходя из существующих ограничений</p>	<p>Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>
УК ОС-3	способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе	<p>Рассматривает и определяет особенности, структуру, функции, принципы и механизмы функционирования и развития организации</p> <p>Анализирует и критически оценивает состояние конкретной</p>	<p>Самостоятельно определяет особенности, структуру, функции, принципы и механизмы функционирования и развития организации</p> <p>Корректно анализирует и критически оценивает состояние конкретной организации с</p>	<p>Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>

		<p>организации с использованием изученных теоретических моделей</p> <p>Выявляет проблемы в структуре и организации и дает предложения по ее совершенствованию</p> <p>Анализирует влияние различных факторов на конкретные виды поведения сотрудников и эффективность их трудовой деятельности</p>	<p>использованием изученных теоретических моделей</p> <p>Грамотно выявляет проблемы в структуре и организации и предлагает обоснованные и конструктивные предложения по ее совершенствованию</p> <p>Самостоятельно анализирует влияние различных факторов на конкретные виды поведения сотрудников и эффективность их трудовой деятельности</p>	
УК ОС-4	<p>способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках</p>	<p>Определяет и обосновывает цель выступления или проведения деловой встречи</p> <p>Выбирает форму деловой коммуникации</p> <p>Разрабатывает план выступления или деловой встречи</p> <p>Подбирает аргументы, управляет коммуникацией</p> <p>Демонстрирует знание норм делового этикета своей страны и страны контрагента</p> <p>Выбирает форму делового документа</p> <p>Соблюдает требования к языку</p>	<p>Самостоятельно определяет и грамотно обосновывает цель выступления или проведения деловой встречи</p> <p>Выбирает адекватную форму деловой коммуникации</p> <p>Самостоятельно разрабатывает план выступления или деловой встречи</p> <p>Выстраивает внутреннюю логику деловой коммуникации, слышит собеседника</p> <p>Подбирает адекватные аргументы, управляет коммуникацией</p> <p>Демонстрирует комплексное знание норм делового этикета своей страны</p>	<p>Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>

		<p>делового документа Соблюдает требования по оформлению делового документа Планирует и проводит деловую встречу или публичное выступление на иностранном языке Демонстрирует владение специфической лексикой, распространенной в профессиональной сфере на русском и иностранным языке Использует основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач Организует групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды Владеет различными способами разрешения конфликтных ситуаций Анализирует и проектирует межличностные, групповые и организационные коммуникации Анализирует</p>	<p>и страны контрагента Выбирает адекватную форму делового документа Четко соблюдает требования к языку делового документа Четко соблюдает требования по оформлению делового документа Самостоятельно планирует и проводит деловую встречу или публичное выступление на иностранном языке Демонстрирует свободное владение специфической лексикой, распространенной в профессиональной сфере на русском и иностранным языке Эффективно использует основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач Эффективно организует групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды Уверенно владеет различными способами разрешения конфликтных ситуаций Грамотно анализирует и проектирует межличностные, групповые и</p>	
--	--	---	--	--

		<p>влияние различных факторов на конкретные виды поведения сотрудников и эффективность их трудовой деятельности</p> <p>Оценивает условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений</p>	<p>организационные коммуникации</p> <p>Самостоятельно анализирует влияние различных факторов на конкретные виды поведения сотрудников и эффективность их трудовой деятельности</p> <p>Адекватно оценивает условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений</p>	
УК ОС-5	<p>способность проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества</p>	<p>Диагностирует организационную культуру, выявляет ее сильные и слабые стороны, разрабатывает предложения по ее совершенствованию</p> <p>Использует основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач</p> <p>Организует групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p>Корректно диагностирует организационную культуру, выявляет ее сильные и слабые стороны, самостоятельно разрабатывает предложения по ее совершенствованию</p> <p>Эффективно использует основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач</p> <p>Эффективно организует групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p> <p>Уверенно владеет различными способами разрешения конфликтных</p>	<p>Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>

		<p>Владеет различными способами разрешения конфликтных ситуаций</p> <p>Анализирует и проектирует межличностные, групповые и организационные коммуникации</p> <p>Оценивает условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений</p> <p>Анализирует взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений</p>	<p>ситуаций</p> <p>Грамотно анализирует и проектирует межличностные, групповые и организационные коммуникации</p> <p>Адекватно оценивает условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений</p> <p>Самостоятельно анализирует взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений</p>	
УК ОС-6	<p>способность выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>Строит траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>Студент понимает специфику процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности, знает основные методики планирования личного развития и самореализации, приемы саморегуляции эмоциональных и функциональных состояний при выполнении профессиональной деятельности, техники развития лидерских качеств и принципы эффективной коммуникации</p>	<p>Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>
УК ОС-7	<p>способность поддерживать уровень</p>	<p>Знает научно-теоретические основы</p>	<p>Владеет средствами и методами физической культуры для оценки</p>	<p>Конспект ответа на вопросы,</p>

	<p>физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>формирования базовой, спортивной, оздоровительной, рекреационной, профессионально-прикладной физической культуры студента и понимание их интегрирующей роли в процессе формирования здорового образа жизни; Управляет своим физическим здоровьем, самостоятельно заниматься различными видами спорта, современными двигательными и оздоровительными системами, применять высокоэффективные оздоровительные и спортивные технологии, практические умения и навыки по физической культуре в производственной деятельности</p>	<p>своего физического развития, функционального потенциала, физической работоспособности.</p>	<p>ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>
<p>УК ОС-8</p>	<p>способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций</p>	<p>Понимает факторы безопасности жизнедеятельности и возможность их разрушения при наступлении чрезвычайных ситуаций.</p>	<p>Правильно понимает факторы безопасности жизнедеятельности и возможность их разрушения при наступлении чрезвычайных ситуаций.</p>	<p>Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов</p>

				экзаменационной комиссии
УК ОС-9	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Знание основных экономических терминов и понятий; Знание основных закономерностей функционирования современной экономики; Владение навыками экономических расчетов Умение аргументировать свою точку зрения по экономическим вопросам Навыки работы со статистической информацией Знания основных инструментов экономической политики государства Умение оценивать влияние экономической политики на социально-экономическую систему на основе базовых макроэкономических моделей	- Дает грамотные определения основных экономических терминов и понятий; - Адекватно формулирует основные закономерности функционирования современной экономики На основе заданной информации осуществляет расчеты экономических показателей. Использует полученные экономические знания для аргументации отстаиваемой точки зрения. Правильно решает учебные задачи по микроэкономике с использованием аппарата математического анализа, линейной алгебры и аналитической геометрии - Умеет рассчитывать и делает обоснованные выводы на основе основных статистических показателей (уровень инфляции, безработицы, динамика ВВП и т.д.) Делает адекватные выводы относительно практического использования инструментов экономической политики. Дает обоснованные оценки экономической политики государства.	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии
УК ОС-10	способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности	Понимание основных прав, обязанностей, ограничений и ответственности в основных сферах жизнедеятельности и	1) Знание основных разделов права 2) Умение найти необходимые правовые источники для решения спорных вопросов из различных сфер жизнедеятельности	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на

				уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии
ОПК ОС-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний экономической и управленческой теории	<p>Владение навыками экономических расчетов</p> <p>- Умение аргументировать свою точку зрения по экономическим вопросам</p> <p>Умение оценивать влияние экономической политики на социально-экономическую систему на основе базовых макроэкономических моделей</p> <p>Самостоятельно формулирует выводы на основе решения задач, требующих знаний экономической и управленческой теории</p> <p>Самостоятельно формулирует выводы на основе решения задач, требующих знаний экономической и управленческой теории</p>	<p>- Использует полученные экономические знания для аргументации отстаиваемой точки зрения. Правильно решает учебные задачи по микроэкономике с использованием аппарата математического анализа, линейной алгебры и аналитической геометрии</p> <p>Дает обоснованные оценки экономической политики государства.</p> <p>- Дает характеристику проблем, возникающих в организации на различных этапах жизненного цикла;</p> <p>- проектирует организационные структуры с учетом сформулированных целей и задач организации, определяет состав и место подразделений, их ресурсное обеспечение;</p> <p>- понимает сущность процесса делегирования, его основные принципы и проблемы;</p> <p>- устанавливает связь делегирования с организационной структурой компании.</p> <p>- составляет план-график мероприятия с учетом распределения обязанностей</p> <p>- приведет аргументы для обоснования типа организационной культуры</p> <p>- реализует диагностику организационной культуры, позволяющую принять управленческие решения по изменению</p>	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии

			<p>организационной культуры</p> <ul style="list-style-type: none"> - представляет комплексный и обоснованный план по изменению организационной культуры на основе проведенной диагностики - приводит детальный анализ кейса, определен тип бизнес-процесса, его основные характеристики; - предлагает соответствующие условиям кейса методы и инструменты диагностики бизнес-процесса - Способен назвать основные виды современных организаций и дать им характеристику - Может перечислить факторы внешней и внутренней среды организации, обозначить основные ресурсы организации - Способен назвать и охарактеризовать основные виды организационных структур управления - Может назвать виды мотивации и стимулирования в организации и привести соответствующие примеры для каждого из них - Способен назвать этапы контроля в организации, описать цикл контроля <p>Может назвать стили лидерства и объяснить условия применения каждого из них</p>		
ОПК ОС-2	Способен осуществлять сбор и анализ данных, в том числе из открытых источников, необходимых для	Находит и отбирает необходимую и достаточную информацию, релевантную	и и	Находит и анализирует информацию из различных источников, отбирает данные, необходимые для решения поставленных задач, оценивает ее качество и релевантность, решения	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения

	<p>решения поставленных управленческих задач, использованием современных инструментов</p>	<p>поставленным задачам</p>	<p>систематизирует информацию, необходимую и достаточную для проведения анализа внешней среды организации</p> <p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыки работы с основными компьютерными программами и сервисами; - умение создать деловой документ с помощью универсальных программных средств; - умение использовать и создавать шаблоны документов; - умение использовать технологии слияния (рассылки); - навыки совместной работы с электронным документом в режиме рецензирования - текст хорошо структурирован, структура отражена в оглавлении, использован инструмент стилей, средства акцентирования; - таблицы и рисунки пронумерованы, имеют названия; - титульный лист и колонтитулы оформлены в соответствии с требованиями; - соблюдены правила цитирования и оформления сносок; - библиографический список составлен в соответствии с требованиями, правильно оформлены ссылки на электронные источники; <p>составлен отчет о проверке текста в академической системе «Антиплагиат»</p>	<p>расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>
--	---	-----------------------------	---	--

ОПК ОС-3	Способен находить организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости и оценивать их последствия	Выбирает методы принятия решений, адекватные поставленным задачам; оценивает последствия принятых решений и их социальную значимость умение находить необходимую информацию в системе различных отраслей права Российской Федерации; навыки анализа нормативно-правовой информации в системе права, регулирующего коммерческую деятельность в Российской Федерации; определение правовых последствий конкретного факта хозяйственной деятельности экономического субъекта.	<p>– Может перечислить и в полной мере охарактеризовать основные функции менеджмента</p> <p>– Может объяснить разницу между понятиями принципов и функций менеджмента</p> <p>– Способен провести анализ текущего состояния компании с использованием таких инструментов, как SWOT- и STEEP-анализ</p> <p>– Имеет представление о принятии организационно-управленческих решений как об одной из функций менеджмента</p> <p>Осознает и может определить последствия принимаемых решений с позиций социальной значимости</p> <p>1) определяет в системе законодательства РФ нормативно-правовой акт, содержащий информацию, необходимую для решения конкретной задачи, находит в данном документе раздел (пункт, подпункт), включающий ответ на поставленный вопрос;</p> <p>2) анализирует нормы права, регулирующие предпринимательскую деятельность в РФ, оценивает последствия принятия того или иного управленческого решения; делает выводы о целесообразности осуществления тех или иных операций в профессиональной деятельности.</p>	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии
ОПК ОС-4	Способен демонстрировать знания последних прорывных	Владеет навыками стратегического маркетингового анализа и	Студент использует методы и модели стратегической диагностики внутренней среды организации и	Конспект ответа на вопросы, ответы на

	<p>направлений в менеджменте и связанных с ними революционных открытий, технологий и продуктов</p>	<p>стратегической диагностики факторов внешней и внутренней среды Демонстрирует знания последних прорывных направлений в менеджменте и связанных с ними революционных открытий, технологий и продуктов</p>	<p>факторов ее внешнего окружения; выявляет необходимость стратегических изменений в организации с учетом жизненного цикла продуктового портфеля в непрерывно изменяющейся рыночной среде; формирует систему взаимно согласованных по уровням маркетинговой среды и управления организацией стратегических решений в области маркетинговой стратегии её развития; оценивает показатели конкурентоспособности продуктов организации Студент понимает специфику применения последних прорывных методов менеджмента и связанных с ними революционных открытий и технологий для выстраивания траектории саморазвития и решения профессиональных задач, владеет современными технологиями самоменеджмента, включая: тайм-менеджмент, технологии НЛП, управление стрессом, принятие эффективных решений в конфликтных ситуациях.</p>	<p>вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>
--	--	--	--	--

ОПК ОС-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства	<p>Навыки конвертации бизнес-задач в коммуникационные задачи и индикаторы эффективности;</p> <p>Навыки подготовки корпоративных документов;</p> <p>Знание технологий работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирайтинг и пр.)</p> <p>При решении управленческих задач выбирает и эффективно использует информационные технологии и программные средства</p>	<p>Низкий</p> <p>«неудовлетворительно/незачет» - компетенция не освоена или освоена в недостаточной мере. Студент не знает, либо знает на слабом уровне теоретический материал по дисциплине. Не владеет терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы или называет неуверенно, с ошибками.</p> <p>Пороговый (базовый) «удовлетворительно/зачет» - компетенция освоена удовлетворительно, но недостаточно. Студент освоил основную базу теоретических знаний. Владеет терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы.</p> <ul style="list-style-type: none"> - при решении задач данные организованы верно; - выбран оптимальный способ (инструмент) решения; - для расчетов составлены формулы, содержащие арифметические и логические выражения; - встроенные функции использованы по назначению; - название диаграммы отражает основную идею, тип диаграммы выбран в соответствии с типом сравнения; - отсутствует визуальный и информационный шум; - по диаграмме сформулированы выводы; - при построении списка данные структурированы верно; 	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии
----------	---	--	---	---

			<ul style="list-style-type: none"> - при вводе данных проводится проверка на выполнение заданных условий, выбор значений из списка; - использована технология сортировки, я созданы группы, выведены промежуточные итоги; - использована технология фильтрации, созданы новые списки, удовлетворяющие сложным критериям отбора записей; - для анализа данных использован инструмент «Сводные таблицы», предложено несколько вариантов структуры сводной таблицы; - продемонстрировано умение решать задачи на подбор параметра и с использованием таблиц подстановки данных. - сформулированы требования к базе данных со стороны пользователей; - построена формальная модель предметной области (ER-модель); - ER-модель преобразована в реляционную модель данных; - модель данных отвечает требованиям нормальных форм; - логическая модель реализована в среде универсальной СУБД (MS Access); - спроектированы различные типы структурированных запросов, отчетов; - созданы экранные формы; - спроектирован пользовательский 	
--	--	--	--	--

			интерфейс с использованием элементов управления	
ПКо ОС-1	Способен использовать при осуществлении профессиональной деятельности современные методики маркетинга	Имеет представление о современных методиках маркетинга и о сфере их применения	Перечисляет и в полной мере дает характеристику современных методик маркетинга Объясняет цели и последовательность действий в процессе применения современных методик маркетинга Проводит анализ рынка применительно к выявлению факторов конкурентоспособности компании Имеет представление о сфере использования методик маркетинга и об отраслевой специфике этого использования.	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии
ПКо ОС-2	Способен оценивать и учитывать факторы внешней среды бизнеса для повышения конкурентоспособности организации	Выявляет факторы внешней среды бизнеса, определяющие конкурентоспособность организации	- Перечисляет основные виды и группы факторов внешней среды бизнеса, проводит анализ текущего состояния внешней среды компании с использованием инструментов PESTEL-анализа и дает рекомендации для повышения конкурентоспособности организации - Называет ключевые мегатренды глобальной среды и раскрыть их содержание - Называет основные этапы экономических циклов и дать им характеристику - Определяет, что представляет собой процесс сценарного планирования и называет сферы его применимости - Дает характеристику форсайт-технологий и называет сферу их применения - Приводит примеры «черных лебедей»	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии

ПКо ОС-3	Способен применять в профессиональной деятельности современные методы управления человеческими ресурсами	Владеет ключевыми методами управления человеческими ресурсами Использует методы планирования, набора, отбора, мотивации, адаптации, обучения, оценки персонала	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки управления человеческими ресурсами современной организации	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии
ПКо ОС-4	Способен применять основные методы финансового менеджмента для обеспечения деятельности организации	Может применять основные методы финансового менеджмента для обеспечения деятельности предприятия	Студент самостоятельно осуществляет выбор методов, адекватных конкретной ситуации, применяет методы оценки финансовой структуры компании, операционных и финансовых рисков, факторов, влияющих на финансовый результата и эффективность деятельности, устойчивое развитие бизнеса	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии
ПКо ОС-5	Способен осуществлять оценку конкурентных преимуществ организации при разработке и реализации стратегии организации	Способен осуществлять оценку конкурентных преимуществ организации при разработке и реализации стратегии организации	Обучающийся демонстрирует: - знание содержания функциональных стратегий компаний; - умение выделять в них основные составляющие; - умение прослеживать их взаимосвязи; - навыки анализа, диагностики состояния объекта управления; - навыки формирования целей и задач его развития	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии

ПКс-1	<p>владение умениями и навыками проведения системного и комплексного анализа внешней и внутренней среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем технологий, инструментов финансово-экономической аналитики</p>	<p>Способность применять методы системного и комплексного анализа внешней и внутренней среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем технологий, инструментов финансово-экономической аналитики</p> <p>Способность определять и сравнивать показатели, характеризующие среду бизнеса, способность анализировать финансовое состояние организации, формирование финансового результата и эффективность деятельности с использованием инструментов финансово-экономической аналитики, обобщать результаты исследования и представлять их в форме аналитических отчетов.</p> <p>Способность применять методы системного анализа внешней и внутренней среды бизнеса с применением</p>	<p>Способность применять методы системного и комплексного анализа внешней и внутренней среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики</p> <p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассчитывает и анализирует показатели, характеризующие финансовое состояние организации, - определяет показатели финансового результата и выявляет взаимосвязь между ними - рассчитывает показатели эффективности деятельности организации и строит модели, позволяющие выявить влияние факторов на изменение эффективности деятельности организации использует аналитические приемы для изучения финансового состояния организации и результативности ее деятельности <p>Студент выстраивает алгоритм проведения системного анализа, учитывая особенности бизнеса ; понимает специфику процесса и владеет современными техниками ведения бизнеса; знает основы моделирования бизнеса и формирования деловой среды.</p>	<p>Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>
-------	---	--	---	--

		информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики.		
ПКс-2	владение умениями и навыками анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков, методами проведения социологических исследований с использованием инструментов количественного и качественного анализа, экономико-математических и статистических расчетов, цифровых технологий обработки данных	Применение методик сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов Способность проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов количественного и качественного анализа, экономико-математических и статистических расчетов, цифровых технологий обработки данных Подбирает типовые методики расчёта экономических и социально-экономических показателей на основе знаний в сферах экономики, менеджмента и использования математических методов в	- Обоснованы выбранные методики сбора и анализа исходных данных; - Собраны и проанализированы данные внешней и внутренней среды организации. Сделаны и обоснованы выводы результатов проведенного анализа. Базовые понятия: конъюнктура, условия и факторы конъюнктуры, методы анализа и прогнозирования конъюнктуры; циклы конъюнктуры, тенденции, сезонность. Выполнять расчеты показателей динамики, макро- и микроиндикаторов, строить прогнозные модели, обрабатывать первичные и вторичные данные. Готовить информацию для отчетов по состоянию конъюнктуры рынков и разрабатывать прогнозные оценки Хорошо подбирает типовые методики расчёта экономических и социально-экономических показателей на основе знаний в сферах экономики, менеджмента и использования математических методов в профессиональной деятельности.	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии

		<p>профессиональной деятельности. Применяет типовые методики расчёта показателей, характеризующих финансово-хозяйственную деятельность нефинансовых коммерческих организаций. Осуществляет внутрифирменное планирование и расчеты в сфере государственных и муниципальных закупок, а также управления государственной и муниципальной собственностью, используя типовые методики расчета экономических показателей. Использует финансовую отчетность в качестве информационной базы для расчета на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы показателей, характеризующих финансово-хозяйственную деятельность организации. Применяет типовые методики и действующую нормативно-правовую базу рассчитывая</p>	<p>Уверенно применяет типовые методики расчёта показателей, характеризующих финансово-хозяйственную деятельность нефинансовых коммерческих организаций. Грамотно осуществляет внутрифирменное планирование и расчеты в сфере государственных и муниципальных закупок, а также управления государственной и муниципальной собственностью, используя типовые методики расчета экономических показателей. Результативно использует финансовую отчетность в качестве информационной базы для расчета на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы показателей, характеризующих финансово-хозяйственную деятельность организации. Правильно и обоснованно применяет типовые методики и действующую нормативно-правовую базу рассчитывая экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов.</p>	
--	--	---	---	--

		экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов.		
ПКс-3	владение умениями и навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием системы метрик маркетинга и брендинга и инструментов комплекса маркетинга	Владеет навыками и стратегического маркетингового анализа и стратегической диагностики факторов внешней и внутренней среды. Владение умениями и навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием системы метрик маркетинга и брендинга и инструментов комплекса маркетинга Способен принимать новую информацию, к самообучению и развитию профессиональных компетенций, совершенствует знания и навыки маркетинговой работы, проведения маркетинговых исследований. Может выбрать и обосновать методы исследования потребителей, проанализировать бренды	Студент использует методы и модели стратегической диагностики внутренней среды организации и факторов ее внешнего окружения; выявляет необходимость стратегических изменений в организации с учетом жизненного цикла продуктового портфеля в непрерывно изменяющейся рыночной среде; формирует систему взаимно согласованных по уровням маркетинговой среды и управления организацией стратегических решений в области маркетинговой стратегии её развития; оценивает показатели конкурентоспособности продуктов организации. Обучающийся демонстрирует: понимание многоуровневой организации системы маркетинговых метрик; знание ключевых маркетинговых метрик; интерпретировать результаты расчетов маркетинговых метрик; проводить анализ ключевых показателей результативности маркетинга на основе декомпозиции метрик; предлагать мероприятия по рационализации маркетинговой деятельности на основе	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии

		<p>конкурентов, построить профиль конкурента, применить методы аудита бренда, исследовать капитал бренда и выполнить его стоимостную оценку</p> <p>Способность использовать навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга.</p> <p>Способность проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов количественного и качественного анализа, экономико-математических и статистических расчетов, цифровых технологий обработки данных</p> <p>Составляет портрет целевой аудитории, участвует в проектировании платформ корпоративных брендов</p> <p>Применяет основы выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров, их формированию с</p>	<p>маркетинговых метрик; разрабатывать предложения по построению портфеля маркетинговых метрик для разных категорий маркетинговых активностей.</p> <p>Обучающийся демонстрирует:</p> <p>Знание нормативных правовых актов, регулирующих маркетинговую деятельность; принципы системного анализа; принципы маркетинга; основы исследований в менеджменте; рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики; методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек в маркетинге</p> <p>категориально-понятийный аппарат маркетинговых исследований, понимать возможности применения маркетинговых исследований, знание рыночных метрик, показателей и индикаторов; методы проведения маркетинговых исследований, особенности проведения маркетинговых исследований,</p> <p>психологические особенности поведения потребителей и исследования потребительского поведения;</p> <p>анализирует текущую рыночную конъюнктуру; Определяет маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового</p>	
--	--	---	---	--

		<p>помощью маркетинговых коммуникаций, изучения и прогнозирования спроса потребителей, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка. Может исследовать бренды как нематериальные активы, изучать бренды конкурентов проводить их сравнительную оценку; проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов); проводить количественные исследования и аудит брендов; проводить оценку стоимости брендов организации; использовать количественные и качественные методы оценки брендов. Способность использовать навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга.</p>	<p>исследования; Использует прикладные офисные программы для выполнения статистических расчетов; Планирует проведение маркетингового исследования; составлять техническое задание на исследование; применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; выявляет рыночные проблемы бизнеса и формулировать цели исследования; встраивать маркетинг в деятельность компании; готовить процесс проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к исследованию. проводит маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; обрабатывает и анализирует полученную информацию; составляет отчеты и рекомендации по результатам маркетинговых исследований, проводит презентации итогов исследований. Студент знает методологические подходы, цели и задачи исследования брендов, процедуры и методы тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов), нормативные правовые акты, регулирующие</p>	
--	--	---	---	--

			<p>маркетинговую деятельность в области создания и оценки бренда, специфику применения методов исследования и оценки НМА и их отдельных групп, факторы, позитивно и негативно влияющие на рост капитала бренда, элементы, формирующие капитал бренда, может исследовать клиентов брендов, изучать бренды конкурентов и составлять их профиль, проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов), проводить количественные исследования и аудит брендов, проводить оценку стоимости брендов организации, использовать количественные и качественные методы исследования брендов, их воспринимаемого качества, имиджа, ценности, владеет методами оценки брендов, в том числе их стоимости, инструментами аудита бренда, качественными методами исследования имиджа бренда; использует методы дисконтирования будущих денежных потоков, генерируемых брендом, ключевые индикаторы эффективности брендинга. знаниями программного материала; при ответе продемонстрировал исчерпывающее, последовательное и логически стройное изложение; правильно сформулировал понятия и закономерности по вопросу; Использовал примеры из дополнительной</p>	
--	--	--	---	--

			<p>литературы и практики; сделал вывод по излагаемому материалу; знает авторов – исследователей (ученых) по данной проблеме;</p> <p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> -знание ключевых концепций анализа конкуренции; -особенности концепции 5 сил конкуренции М.Портера; владеть понятийным аппаратом в области конкуренции; -инструменты анализа конкуренции; -основные понятия Закона о защите конкуренции РФ -осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации о конкурентах; -обрабатывает полученные данные с помощью методов описательной статистики; -систематизирует и обобщает большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации о конкурентах; -использует прикладные офисные программы для выполнения статистических расчетов и анализа конкурентов. <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления корпоративными брендами.</p> <p>Демонстрирует знания, основ выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, изучения и прогнозирования спрос</p>	
--	--	--	---	--

			<p>потребителей, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка.</p> <p>С учетом специфики конкретной ситуации корректно использует нормативно-правовую базу признания и оценки нематериальных активов, может выделить активы бренда; может выбрать концепцию капитала бренда и метод его оценки; грамотно использует ключевые показатели и аналитический инструментарий; может выполнить сравнительный анализ применяемых методов и оценить их преимущества и недостатки; может оценить состав и структуру источников финансирования и формирование денежных потоков, их результативность и эффективность; выполнить сравнительный анализ различных стратегий управления капиталом бренда; формулировать обоснованные выводы по результатам выполненной оценки.</p> <p>Студент обладает глубокими и прочными знаниями программного материала; при ответе продемонстрировал исчерпывающее, последовательное и логически стройное изложение; правильно сформулировал понятия и закономерности по вопросу.</p>	
ПКс-4	владение умениями и навыками	Способность разработать сбалансированные	Обучающийся демонстрирует:	Конспект ответа на вопросы,

	<p>подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений</p>	<p>управленческие решения на основе анализа функциональных стратегий. Может разрабатывать и внедрять сбалансированные управленческие решения в сфере операционного менеджмента.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Способность разработать план реализации проекта - Способность подобрать команду проекта Способность оценить эффективность проекта. - Знание основных типов организационно-управленческих решений и методов их принятия - способно сть выбирать организационно-управленческое решение адекватное конкретной проблеме - способно сть разрабатывать организационно-управленческое решение для конкретной нестандартной ситуации владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных 	<ul style="list-style-type: none"> - знание содержания функциональных стратегий компаний; - умение выделять в них основные составляющие; - умение проследить их взаимосвязи; - навыки анализа, диагностики состояния объекта управления; - навыки формирования целей и задач его развития, - навыки выявления способов достижения поставленных целей и задач и нахождения адекватных им управленческих решений, - навыки моделирования вариантов сценариев, оценки результатов и последствий реализаций разных вариантов, - навыки выбора предпочтительного варианта и обоснования выбора; - навыки принятия управленческого решения с учетом различных аспектов развития объекта управления; - навыки доведения принятого решения до исполнения; - навыки управления реализацией решения. <p>Студент понимает сущность операционного менеджмента и его взаимосвязь с общим и стратегическим менеджментом предприятий, владеет навыками внедрения инновационных технологий в процесс оперативного управления применения инновационных технологий управления</p>	<p>ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>
--	--	--	--	--

		<p>управленческих решений Ориентируется в бизнес-процессах организации. Понимает принципы формирования и роль информационных инструментов, владеет терминологией, методикой расчетов, понимает критерии принятия решений Может применять методы сбора, средства хранения и обработки информации для проведения оценки возможностей инвестирования, выбора источников финансирования, осуществлять выбор показателей и моделей оценки и прогноза, определяют подходящие инструменты управления финансами, использовать методики расчета финансовых показателей</p>	<p>для обеспечения эффективного развития. - Сформулирована цель проекта - Дефрагментированы работы над проектом - Определена последовательность работ - Разработан сетевой график проекта - Определены работы критического пути проекта - Определены профессиональные и характерологические требования к кандидату в команду проекта - Используются основные инструменты подбора персонала - Используются методы оценки кандидата в команду проекта - Способен разработать систему мотивации команды проекта - Определены показатели, участвующие в расчете эффективности проекта - Используются адекватные инструменты для расчета эффективности проекта - Определены факторы, влияющие на эффективность проекта - Рассчитано влияние факторов на эффективность проекта (чувствительность проекта). - знает основные разновидности организационно-управленческих решений и методов их принятия - знает взаимосвязь проблемы и решения с элементами механизма менеджмента - проведен анализ</p>	
--	--	---	---	--

			<p>практической проблемы из сферы бизнеса/менеджмента</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы диагностики соответствуют целям диагностики - дана сравнительная оценка альтернативных решений с точки зрения их эффективности и социальной значимости - приведено аргументированное обоснование выбранного варианта решения. <p>Освоение знаний о сущности управленческого решения, условиях и методах разработки управленческого решения в операционной (производственной) деятельности</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки для работы с информационной базой управленческих решений</p> <p>Студент самостоятельно планирует и организует сбор первичной и вторичной информации, планирует и прогнозирует источники финансирования деятельности организации, оценивает степень влияния выбора финансовой стратегии на результативность деятельности предприятия, применяет методы финансового менеджмента для оценки активов, управления капиталом, формирования дивидендной политики и структуры капитала</p> <p>применяет методы финансового менеджмента</p>	
ПКс-5	способность участвовать в	Может разрабатывать и	Студент понимает взаимосвязь	Конспект ответа на

	<p>разработке и внедрении инновационных платформ (систем, технологий, продуктов) корпоративного развития</p>	<p>внедрять инновационные технологии корпоративного развития. Может использовать ключевые параметры и показатели маркетинговой деятельности организации для принятия стратегических решений о расширении продуктового портфеля, освоении новых рынков, создании продуктов и т.д. Может использовать инновационные методы бизнес-психологии для формирования траектории личностного и корпоративного развития. Использует системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации. Способностью разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию. Может разрабатывать и внедрять инновационные</p>	<p>самоменеджмента, инновационной активности и корпоративного развития предприятий, владеет навыками внедрения инновационных технологий в процесс саморазвития и применения инновационных технологий управления командой для обеспечения корпоративного развития организации. Студент оценивает и рассчитывает параметры и показатели эффективности и результативности маркетинговой деятельности; дает оценку основным рыночным показателям с точки зрения маркетинговой деятельности компании; использует параметры показатели эффективности маркетинговой деятельности и рынка в целом для формирования комплексных стратегий развития бизнеса организаций. Студент понимает взаимосвязь самоменеджмента, инновационной активности и корпоративного развития предприятий, владеет навыками внедрения инновационных технологий в процесс саморазвития и применения инновационных технологий управления командой для обеспечения корпоративного развития организации. Способен создавать отчеты по результатам маркетингового исследования для</p>	<p>вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>
--	--	---	---	---

		<p>технологии корпоративного развития. Может разрабатывать и внедрять инновационные технологии корпоративного развития. Руководить работой системному развитию оптимизации операционной организационной структур маркетинговой службы организации</p>	<p>разработки инновационных технологий корпоративного развития. умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации. Умение разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p> <p>Студент понимает взаимосвязь инновационных методов бизнес-психологии и корпоративного развития предприятий, владеет навыками внедрения инновационных технологий в процесс управления организацией и применения инновационных технологий управления командой для обеспечения корпоративного развития организации</p> <p>Студент знает основные методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации для анализа корпоративной среды организации; методы диагностики лояльности сотрудника компании, современные технологии исследования корпоративной среды организации; методы бизнес-психологии для формирования корпоративной культуры и развития компании; инновационные способы</p>	
--	--	---	--	--

			<p>управления человеческими ресурсами организации; способен проводить диагностику корпоративной культуры в организации и формировать корпоративную культуру в случае необходимости, анализировать и разрабатывать стратегии формирования корпоративной культуры в организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности;</p> <p>Студент использует инструменты управлениями подразделениями и группами сотрудников, осознает потенциальные направления сопротивления изменениям, умеет оценивать потенциал конкретных подразделений и сотрудников по реализации конкретных маркетинговых программ, понимает основные инструменты контроля за исполнением программ и планов маркетинга.</p>	
ПКс-6	<p>способность участвовать в разработке и реализации маркетинговых программ (проектов, систем, технологий) с использованием инструментов комплекса маркетинга.</p>	<p>Может разрабатывать маркетинговые программы на основе предварительной оценки маркетинговой среды организации и ее составляющих, существенной информации, влияющей на деятельность организации и используя современные каналы</p>	<p>Студент оценивает и изучает ключевые составляющие маркетинговой среды организации, дает оценку предварительной и итоговой эффективности маркетинговых каналов и инструментов, собирает и анализирует существенную информацию, влияющую на деятельность организации, владеет навыками системного и критического мышления при изучении материалов, касающихся деятельности организации</p>	<p>Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>

		<p>инструменты коммуникации с конечным потребителем. способен участвовать в разработке реализации маркетинговых программ (проектов, систем, технологий) с использованием инструментов комплекса маркетинга. Может разрабатывать и внедрять технологические и продуктовые инноваций. Самостоятельно разрабатывает подход к внедрению маркетинговых коммуникаций организации с использованием маркетингового комплекса инструментов</p> <p>Знает теоретические и правовые основы ценообразования, методы ценообразования, структуру цены и правила ее расчета</p> <p>Рассчитывает цену на основе научно обоснованных и применяемых на практике методов</p> <p>Демонстрирует способность к разработке, внедрению и совершенствованию политики</p>	<p>умеет сегментировать целевые аудитории и определять этапы жизненного цикла товара, использует современные технологии и инструменты коммуникации с конечным потребителем, владеет методами оценки конкурентных преимуществ.</p> <p>Обучающийся демонстрирует: знания базовых концепций стратегического маркетинга, макро- и микроокружения; инструменты стратегического анализа; ключевые понятия стратегического маркетинга; принципы разработки маркетинговых стратегий; типовые стратегии маркетинга-микс: продуктовая, ценовая, продвижения и дистрибуции;</p> <p>проводить стратегический анализ информации с использованием инструментария, интерпретировать результаты анализа, участвовать в разработке и реализации маркетинговых стратегий</p> <p>готовить аналитические материалы в рамках проведения стратегического анализа; разрабатывать стратегические альтернативы в процессе подготовки предложений по маркетинговой стратегии.</p> <p>Студент знает и умеет сравнивать основные подходы к разработке продуктов, способен выбрать подход с учетом</p>	
--	--	--	---	--

		<p>ценообразования организации, как инструмента комплекса маркетинга. Способность к разработке и реализации программ интегрированных маркетинговых коммуникаций</p> <p>Участвует в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений компании. Составляет портрет целевой аудитории, участвует в проектировании платформ корпоративных брендов . Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации. Составляет портрет целевой аудитории, участвует в проектировании платформ корпоративных брендов</p>	<p>особенностей продукта. Знает последовательность этапов разработки нового и улучшения текущего продукта. Знает основные прикладные задачи аналитики в product-менеджменте. Студент понимает специфику процессов маркетинга услуг, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей коммуникационной стратегии компании, знает основные инструменты маркетинговых коммуникаций и принципы эффективной коммуникации, а также стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации</p> <p>Уверенно освещает теоретические и правовые основы ценообразования, методы ценообразования, структуру цены и правила ее расчета</p> <p>Правильно рассчитывает цену на основе научно обоснованных и применяемых на практике методов</p> <p>Уверенно демонстрирует способность к разработке, внедрению и совершенствованию политики ценообразования организации, как инструмента комплекса маркетинга</p> <p>Студент использует интегрированный подход к разработке программ бренд-коммуникаций. Оценивает факторы, оказывающие влияние на</p>	
--	--	---	---	--

			<p>разработку программ комплекса ИМК, Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления корпоративными брендами. Студент понимает специфику технологий интеллектуального сервиса, основные принципы маркетингового управления интеллектуальным продуктом, понятия правовой охраны патентного права и интеллектуальной собственности, средства индивидуализации и разработки маркетинговых программ и коммуникаций в сфере интеллектуальных услуг</p>	
ПКс-7	<p>владение умениями и навыками проектирования и управления корпоративными брендами.</p>	<p>Составляет портрет целевой аудитории, участвует в проектировании платформ корпоративных брендов Участвует в проектировании управления брендами, применяет технологии проектирования взаимоотношений и ко-брендинга Участвует в разработке и реализации мер по развитию и укреплению культуры брендов организации с применением технологий управления впечатлениями,</p>	<p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления корпоративными брендами Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектного управления брендами (бренд-билдинг) с применением технологий проектирования взаимоотношений бренда и ко-брендинга Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки в разработке и реализации мер по развитию и укреплению культуры брендов организации с применением технологий управления впечатлениями, деловой репутацией и лояльностью корпоративным брендам Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования АВМ программ</p>	<p>Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>

		<p>деловой репутацией и лояльностью корпоративным брендам</p> <p>Участвует в проектировании платформ интеллектуально-сервисного взаимодействия, осуществляет коммуникацию на B2B рынке</p> <p>Участвует в проектировании системы управления впечатлениями бренда</p> <p>Участвует в разработке и реализации мер по развитию и укреплению культуры брендов организации с применением технологий управления лояльностью корпоративным брендам</p> <p>Участвует в проектировании и управлении WEB-брендами</p> <p>Составляет портрет целевой аудитории, участвует в проектировании платформ корпоративных брендов</p> <p>Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации</p>	<p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления впечатлениями бренда</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки в разработке и реализации мер по развитию и укреплению культуры брендов организации с применением технологий управления лояльностью корпоративным брендам</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления WEB-брендами</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления корпоративными брендами</p> <p>Студент понимает специфику разработки CRM и коммуникационной стратегий, основные принципы управления данными, механики набора базы. Умеет различать разные виды аналитики, понимает методику построения отчётности и работы с лояльностью</p> <p>Студент понимает специфику разработки CX и коммуникационной стратегий, основные принципы управления данными, механики набора базы. Умеет различать разные виды аналитики, понимает методику построения отчётности и работы с лояльностью</p>	
--	--	--	--	--

		Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации		
ПКс-8	владение креативными умениями и навыками создания конкурентоспособных корпоративных брендов.	Способность выбрать необходимые методы исследования, разработать дизайн исследования в области брендинга, произвести обработку данных, сформулировать рекомендации по результатам маркетинговых исследований в области брендинга Обосновывает выбор источников и способов формирования культуры исследуемого бренда. Участвует в разработке концепции бренд-ориентированной культуры организации, формировании ценностных и имиджевых платформ корпоративных брендов Обосновывает выбор направлений и моделей позиционирования брендов. Участвует в разработке и реализации мер по позиционированию брендов организации	Способен оценивать: стадию жизненного цикла, отрасль и рынок, а также иные значимые показатели; общий уровень развития маркетинговых исследований на предприятии с точки зрения инструментария и бюджетирования; адекватно выбраны ключевые направления маркетинговых исследований в области брендинга, на их основе выбраны показатели результатов; проведены расчеты отдельных показателей как результаты исследования в области брендинга Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки разработки концепции бренд-ориентированной культуры организации, формирования ценностных и имиджевых платформ корпоративных брендов Демонстрирует знания моделей, подходов и направлений позиционирования брендов организации, ключевые умения и навыки разработки и реализации эффективного позиционирования брендов Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления сильных корпоративных брендами	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии

		<p>Составляет портрет целевой аудитории, участвует в проектировании платформ корпоративных брендов</p> <p>Разрабатывает модель интегрированного бренда, составляет программу индивидуализации корпоративного бренда, программу развития личного бренда</p> <p>Участвует в разработке концепции фирменных названий, слогана, логотипа, упаковки, дизайна сайта для создания фирменного стиля и бренд-бука компании</p> <p>Владеет базовыми моделями организации творческого процесса при создании текстов в рекламе</p> <p>Участвует в разработке концепции фирменных названий, слогана, логотипа, упаковки, дизайна сайта для создания фирменного стиля и бренд-бука компании</p> <p>Способен самостоятельно осуществлять сбор и анализ бизнес и</p>	<p>Демонстрирует знания и ключевые умения и навыки построения пирамиды ценностей и матрицы развития гибких навыков бренда, применения больших данных в управлении брендами, внедрения алгоритмов кастомизации продуктов.</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки разработки фирменных названий, слогана, логотипа, упаковки, дизайна сайта для создания фирменного стиля и бренд-бука компании</p> <p>Студент знает теоретико-методологические представления о сущности рекламного текста, владеет основными стратегиями их создания, а также навыками практической работы по генерированию творческих идей и воплощению их в рекламных и PR текстах</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки разработки фирменных названий, слогана, логотипа, упаковки, дизайна сайта для создания фирменного стиля и бренд-бука компании</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки при проведении анализа бизнес и маркетинговой информации, необходимой для разработки дизайн-концепции бренда.</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления корпоративными брендами</p>	
--	--	--	--	--

		<p>маркетинговой информации, необходимой для разработки дизайн-концепции бренда. Составляет портрет целевой аудитории, участвует в проектировании платформ корпоративных брендов</p>		
ПКс-9	<p>владение специальными умениями и навыками разработки и реализации программ проектов продвижения корпоративных брендов.</p>	<p>Способность к разработке и реализации маркетинговых программ продвижения брендов. Может разработать и реализовать рекламные и PR-мероприятий по привлечению новых потребителей товаров. Способен разработать концепцию медиапроекта, составить портрет целевой аудитории, сформировать креативную составляющую медиапроекта, выбрать инструменты бренд-коммуникаций, разработать коммуникационную кампанию продвижения медиапроекта, способен оценить эффективность медиапроекта</p>	<p>Студент использует подход к разработке программ продвижения бренда. Оценивает факторы, оказывающие влияние на разработку программ продвижения. Студент изучает специфику отрасли деятельности предприятия и его конкурентов; формирует программу рекламных и PR-проектов Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки создания и продвижения конкурентоспособного медиапроекта Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки в организации и поддержании связи с деловыми партнерами Усвоен понятийный аппарат и нормативные правовые акты; обработана необходимая маркетинговая информация; сформирован комплекс ключевых элементов проекта в области DIGITAL-брендинга и разработано техническое задание на его реализацию; Студент знает, в чём суть программ бренд-коллабораций.</p>	<p>Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>

		<p>Способен организовывать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора</p> <p>Необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);</p> <p>Может разработать и реализовать специальные (событийные) мероприятия для новых потребителей товаров</p> <p>Может разработать маркетинговую программу с использованием инструментов DIGITAL-брендинга</p> <p>Может разработать и реализовать программу бренд-коллабораций.</p> <p>Способность к разработке и реализации программ интегрированных маркетинговых коммуникаций</p> <p>Способность к проектированию и продвижению</p>	<p>Формулирует и использует концепции творчества и добавленной ценности.</p> <p>Студент использует интегрированный подход к разработке программ бренд-коммуникаций.</p> <p>Оценивает факторы, оказывающие влияние на разработку программ комплекса ИМК,</p> <p>Усвоен понятийный аппарат, демонстрирует знания, ключевые умения и навыки продвижения брендов включая рекламные технологии, технологии ньюсмейкинга и паблисити</p>	
--	--	--	--	--

		брендов, включая рекламные технологии, технологии ньюсмейкинга и паблисити.		
--	--	---	--	--

4.2 Выпускная квалификационная работа

Код компетенции	Наименование компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Способ/ средство оценивания
ПКс-8	владение креативными умениями и навыками создания конкурентоспособных корпоративных брендов	Способность выбрать необходимые методы исследования, разработать дизайн исследования в области брендинга, произвести обработку данных, сформулировать рекомендации по результатам маркетинговых исследований в области брендинга	Способен оценивать: стадию жизненного цикла, отрасль и рынок, а также иные значимые показатели; общий уровень развития маркетинговых исследований на предприятии с точки зрения инструментария и бюджетирования; адекватно выбраны ключевые направления маркетинговых исследований в области брендинга, на их основе выбраны показатели результатов; проведены расчеты отдельных показателей как результаты исследования в области брендинга	Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии
ПКс-9	владение специальными умениями и навыками разработки и реализации программ и проектов продвижения корпоративных брендов	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ продвижения брендов	Студент использует подход к разработке программ продвижения бренда. Оценивает факторы, оказывающие влияние на разработку программ продвижения.	Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии

5. Шкала оценивания

По результатам государственной итоговой аттестации выставляется оценка за сдачу государственного экзамена.

Оценка результата экзамена проводится на открытом заседании ГЭК.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал различной литературы, правильно обосновывает принятое нестандартное решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач по формированию общепрофессиональных компетенций.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, а также имеет достаточно полное представление о значимости знаний по дисциплине.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает сложности при выполнении практических работ и затрудняется связать теорию вопроса с практикой.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, неуверенно отвечает, допускает серьезные ошибки, не имеет представлений по методике выполнения практической работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по данной дисциплине.

По результатам государственной итоговой аттестации выставляется оценка за ВКР.

Оценка результата защиты ВКР производится на открытом заседании ГЭК.

Оценка «отлично» выставляется в том случае, если содержание ВКР соответствует выбранному направлению подготовки (специальности) и теме работы; в ВКР проведен количественный анализ проблемы, который подкрепляет теорию и иллюстрирует реальную ситуацию, приведены таблицы сравнений, графики, диаграммы, формулы, показывающие умение автора анализировать результаты исследования; в работе отчетливо выделена цель и грамотно сформулированы задачи исследования; в работе широко используются материалы исследования, проведенного автором самостоятельно или в составе группы; во введении к ВКР раскрыта актуальность темы исследования; выводы логичны и соответствуют цели и задачам работы; выводы последовательны и включают все полученные результаты; ВКР имеет высокую научно-методическую значимость; в работе дан обстоятельный анализ степени теоретического исследования проблемы, различных подходов к ее решению; сделаны доклады по материалам ВКР на конференциях, симпозиумах и семинарах всероссийского и международного масштаба; ВКР прошла предзащиту; обзор литературы по теме ВКР представлен в основном современными источниками, отмечены работы ученых последних пяти лет; обзор литературы по теме ВКР представлен широким перечнем работ, сделан грамотный анализ источников и литературы; осуществлена и корректно отражена в ВКР статистическая обработка результатов исследования; по материалам ВКР студент имеет акты внедрения и публикации в виде тезисов и материалов конференций или в сборниках трудов и статей; приложения к работе иллюстрируют достижения автора и подкрепляют его выводы; студент во время доклада грамотно оперирует научной терминологией, доклад составлен в научном стиле; ВКР оформлена в установленном порядке; к защите ВКР подготовлена мультимедийная презентация доклада, отражающая суть работы; студент легко ориентируется по материалу ВКР и дает развернутые и полные ответы на вопросы при защите ВКР.

Оценка «хорошо» выставляется в том случае, если в ВКР отчетливо выделена цель и задачи исследования; введение к ВКР недостаточно полно раскрывает актуальности темы исследования; выводы соответствуют полученным результатам; выводы логичны, имеются лишь незначительные неточности; ВКР оформлена в установленном порядке с незначительными погрешностями в оформлении; основные положения ВКР раскрыты на достаточном теоретическом и методологическом уровне; практические рекомендации обоснованы; при обсуждении результатов исследования студент самостоятельно осмысливает результаты, умеет сравнить и сопоставить их с уже известными фактами, описанными в научной литературе; студент во время доклада грамотно оперирует научной терминологией, в речи прослеживается научный стиль с небольшими погрешностями; студент достаточно ориентируется в содержании ВКР; студент способен дискутировать по отдельным вопросам, задаваемым на защите ВКР; таблицы, графики и другой визуальный материал в ВКР оформлены в соответствии с требованиями, предъявляемыми к ВКР.

Оценка «удовлетворительно» выставляется в том случае, если в ВКР имеются значительные погрешности в оформлении, неопределенно сформулированы цель и задачи, неграмотно или необоснованно составлены или отсутствуют выводы; в работе мало использована необходимая для раскрытия темы научная литература, нормативные документы, а также материалы исследований; введение к ВКР не полностью раскрывает актуальности темы исследования; ВКР оформлена в установленном порядке с незначительными погрешностями и опечатками; ВКР представляет собой набор фрагментарных результатов без корректного анализа; имеет место незначительное несоответствие содержания ВКР заявленной теме; исследуемая проблема в основном раскрыта, но не отличается новизной, теоретической глубиной и аргументированностью; нарушена логика изложения материала, задачи исследования раскрыты не полностью; ВКР чрезмерно насыщена дублированием результатов проводимых ранее исследований; научная стилистика изложения материала не полностью соответствует современному научному уровню; обзор литературы фрагментарный, без охвата всего временного интервала исследования по данной теме, актуальные источники и литература отсутствуют; содержание приложений не отражает решения поставленных задач; нарушена научная стилистика изложения материала; студент с трудом отвечает на вопросы при проведении защиты ВКР; таблицы, графики и другой визуальный материал в ВКР не соответствуют правилам оформления; теоретические положения слабо связаны с целью исследования, практические рекомендации носят формальный бездоказательный характер; часть ВКР представляет собой базовый вариант законченного исследования или методической разработки.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется в том случае, если ВКР выполнена фрагментарно, состоит из отдельных, не связанных между собой блоков; ВКР является результатом компиляции, а не личных исследований автора; доклад студента на защите ВКР происходит в виде плохо осмысленного прочтения материала; обзор литературы не раскрывает научных аспектов современного состояния изученной проблематики; обзор литературы по теме ВКР акцентирован на литературе ограниченного временного интервала, небольшой объем проработанного литературного материала, большая часть источников опосредованно связана с темой ВКР; представлена отрицательная рецензия с обоснованием неудовлетворительной оценки; работа содержит существенные и поверхностную аргументацию основных положений; содержание ВКР не соответствует теме и направлению подготовки (специальности); ВКР содержит многочисленные грамматические и синтаксические ошибки; студент плохо ориентируется в использованных методах исследования по ВКР присутствуют теоретико-методологические ошибки.

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

6.1 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.

Государственный экзамен осуществляется устно (устно в режиме видеоконференции с применением ДОТ), в форме устного опроса по экзаменационному билету, включающему два вопроса, позволяющих выявить теоретическую подготовку к решению профессиональных задач. Первый вопрос по дисциплинам обязательной части образовательной программы, а второй вопрос – по дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений.

6.2 Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен

Приводится типовой перечень вопросов (тем) выносимых на государственный экзамен

1. Цели, задачи и виды маркетинговых исследований.
2. Техническое задание на проведение маркетингового исследования.
3. Источники маркетинговой информации и методы проведения опросов, наблюдений и экспериментов.
4. Статистическая обработка результатов исследования.
5. Основные метрики рынка.
6. Ситуационный, ретроспективный и прогнозный анализ рынка.
7. Методы замера емкости рынка.
8. Методы исследования конкурентов.
9. Методы изучения потребителей.
10. Формы представления и презентация результатов маркетингового исследования
11. Модели поведения потребителей.
12. Методы анализа потребителей.
13. Анализ факторов, влияющих на поведение потребителей.
14. Анализ процесса принятия решения о покупке и послепокупочного поведения.
15. Особенности анализа организационного покупательского поведения.
16. Маркетинговые исследования потребительских ожиданий и предпочтений.
17. Методы исследования брендов
18. Инструменты исследования бренда
19. Технологии исследования брендов
20. Стратегический анализ брендов
21. Аудит бренда
22. Методы оценки капитала бренда
23. Методы оценки эффективности брендинга.
24. Конкурентные метрики брендов.
25. Финансовые метрики эффективности брендинга.
26. Макроэкономическая аналитика в бренд-менеджменте.
27. Стратегический анализ бренда.
28. Концепции бренд-менеджмента
29. Модели управления капиталом бренда.
30. Структура активов капитала бренда.
31. Управление имиджем бренда.
32. Концепции контактного брендинга.
33. Управление качеством бренда.
34. Управление лояльностью к бренду.

35. Ключевые индикаторы эффективности (KPI) брендинга.
36. Сбалансированная система показателей (BSC) брендинга.
37. Методы и инструменты HR-брендинга
38. Конкурентоспособность брендов организации.
39. Стратегии и программы развития брендов организации.
40. Инструменты и технологии бренд-менеджмента.
41. Управление активами брендов организации.
42. Управление впечатлениями бренда.
43. Управление внутриорганизационным брендингом.
44. Методы проектирования брендов.
45. Архитектура бренда и оптимизация марочного портфеля.
46. Стратегии линейного расширения бренда.
47. Категориальное расширение брендов.
48. Мультимарочная стратегия и стратегия диверсификации брендов.
49. Репозиционирование бренда и ребрендинг.
50. Потребительская ценность бренда.
51. Формирование потребительских впечатлений о бренде.
52. Воздействие на потребительское восприятие бренда.
53. Управление впечатлениями бренда.
54. Концепции индивидуализации брендов.
55. Модели индивидуализации бренда.
56. Инструменты индивидуализации брендов.
57. Правовая защита средств индивидуализации брендов.
58. Технологии нейминга.
59. Технологии сторителлинга.
60. Технологии персонификации брендов.
61. Этапы проектирования индивидуальности бренда.
62. Концепции бренд-ивент менеджмента.
63. Типология и классификация специальных событий.
64. Бренд-ивент менеджмент в системе управления бренд-коммуникациями.
65. Инструменты бренд-ивент менеджмента.
66. Технологии бренд-ивент менеджмента.
67. Бренд-ивент менеджмент в стимулировании продаж.
68. Планирование специальных событий.
69. Методы оценки эффективности специальных событий.
70. Методы и инструменты ньюсмейкинга и паблисити
71. Стратегии позиционирования брендов
72. Методы позиционирования брендов.
73. Инструменты и технологии позиционирования брендов.
74. Культурная идентификация брендов
75. Мифология в культуре брендов.
76. Теория архетипов. Роль архетипов в брендинге.
77. Бренд в кросскультурной среде.
78. Культурные стереотипы в брендинге.
79. Роль символов в культуре брендов.
80. Знаковые функции бренда.
81. Ценностные платформы бренда.
82. Личностные платформы бренда.
83. Имиджевые платформы бренда.
84. Концепции бренд-ориентированной культуры организации.
85. Программы продвижения бренда.
86. Этапы разработки программы продвижения бренда.

87. Бюджетирование программ продвижения брендов.
88. Оценка эффективности программы продвижения бренда.
89. Планирование марочных продаж.
90. Клиентский капитал бренда.
91. Проектирование взаимоотношений бренда
92. Проектирование экосистемы бренда

6.3 Общая характеристика выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа (далее – ВКР) представляет собой выполненную обучающимся или несколькими обучающимися совместно работу, демонстрирующую уровень подготовки выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

ВКР выполняется в виде бакалаврской работы. Также допускается выполнение бакалаврского проекта или стартапа по согласованию с руководителем ВКР.

Бакалаврская работа представляет собой самостоятельное логически завершенное исследование, в котором анализируется одна из теоретических проблем в области профессиональной деятельности.

Бакалаврский проект представляет собой самостоятельный логически завершенный проект, в котором анализируется одна из практических проблем в области профессиональной деятельности.

6.4 Перечень рекомендуемых тем ВКР

1. Формирование культуры и имиджа бренда
2. Формирование деловой репутации бренда
3. Формирование стратегии позиционирования бренда
4. Формирование стратегии продвижения бренда
5. Формирование атрибутов индивидуальности бренда
6. Проектирование идентичности бренда
7. Разработка и реализация программы продвижения бренда
8. Разработка и реализация программы лояльности бренду
9. Разработка и реализация проекта ко-брендинга
10. Разработка и реализация проекта ивент-брендинга
11. Разработка и реализация рекламной кампании бренда
12. Разработка и реализация проекта ребрендинга
13. Разработка и реализация проекта репозиционирования бренда
14. Разработка и внедрение системы взаимоотношений с бренд-комьюнити
15. Проектирование конкурентоспособного бренда
16. Проектирование сервисно-ориентированного бренда
17. Проектирование интеллектуально-сервисного бренда
18. Проектирование фирменного стиля бренда
19. Проектирование системы управления взаимоотношениями бренда
20. Проектирование бренд-системы управления клиентским опытом
21. Проектирование бренд-системы управления фирменным сервисом
22. Проектирование интегрированного комплекса бренд-коммуникаций
23. Проектирование HR-бренда организации
24. Совершенствование управления капиталом бренда
25. Совершенствование управления впечатлениями бренда
26. Совершенствование управления марочными продуктами
27. Совершенствование управления марочными продажами
28. Совершенствование управления ньюсмейкингом и паблисити
29. Совершенствование управления бренд-экзаунтингом
30. Совершенствование управления брендом в цифровой среде
31. .Разработка интегрированного комплекса коммуникаций бренда Dentine

Natura

32. Формирование маркетинговой стратегии продвижения бренда на рынке образовательных услуг
33. Совершенствование инструментов продвижения брендов в цифровой среде
34. Проектирование клиент-ориентированного бренда на рынке организации специальных мероприятий
35. Разработка маркетинговой стратегии продвижения бренда «Тексаред»
36. Проектирование коммуникаций бренда школы вокального мастерства
37. Стратегия развития бренда на рынке кондитерских изделий
38. Совершенствование коммуникаций бренда на рынке цифровых сервисов
39. Формирование привлекательного имиджа бренда «На Шпагате»
40. Совершенствование HR-бренда PepsiCo
41. Проектирование комплекса маркетинга взаимоотношений бренда To be perfect

Project

42. Разработка маркетинговой стратегии продвижения бренда «Artsmola»
43. Разработка маркетинговой стратегии продвижения бренда «Mani_mini»
44. Проектирование интеллектуально-сервисного бренда на рынке IT-услуг
45. Проектирование клиент-ориентированного бренда на рынке IT-услуг
46. Разработка стратегии развития бренда Krygina Cosmetics на косметическом рынке РФ
47. Проектирование клиент-ориентированного бренда на рынке недвижимости
48. Формирование маркетинговой стратегии продвижения бренда BotanIQ на рынке здорового питания.

7. Методические материалы

7.1 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.

В период подготовки к государственному экзамену обучающийся вновь обращается к учебно-методическому материалу и закрепляют знания. Подготовка обучающийся 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 обучающемуся 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 обучающийся.

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 обучающегося, вопросы. Запись включает дополнительные (моторные) ресурсы памяти.

Представляется крайне важным посещение обучающимися 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 обучающийся 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 обучающийся должен вести ритмично и систематично.

Перед государственным экзаменом проводится консультирование обучающихся по вопросам, включенным в программу государственного экзамена (предэкзаменационная консультация).

Порядок проведения государственного экзамена

Все обучающиеся и члены ГЭК за 15 минут до начала ГИА должны присутствовать в аудитории, определенной как место проведения ГИА. Председатель ГЭК оценивает присутствие и наличие кворума, объявляет очередность выступлений и регламент проведения государственного аттестационного испытания.

Секретарь ГЭК предоставляет обучающимся возможность выбора билета. После этого секретарь ГЭК просит обучающихся зафиксировать вопросы выбранного ими билета. На подготовку к ответу на билет на экзамене дается 40 минут.

По окончании времени, отведенного на подготовку, обучающиеся начинают отвечать с соблюдением установленной очередности. На ответ по каждому вопросу отводится не более 7 минут.

По завершении ответа обучающегося члены комиссии задают вопросы. Секретарь ГЭК фиксирует вопросы и ответы в протоколе.

По завершении выступлений члены ГЭК обсуждают результаты без участия обучающихся. Продолжительность которого составляет не более 90 минут. По окончании обсуждения обучающиеся получают приглашение вернуться обратно в аудиторию обратно для оглашения результатов. Председатель оглашает результаты. Секретарь ГЭК вносит все сведения в протокол.

Порядок проведения государственного экзамена с применением ДОТ

Все обучающиеся и члены ГЭК за 15 минут до начала ГИА с применением ДОТ должны установить связь. Председатель ГЭК оценивает присутствие и наличие кворума, объявляет очередность выступлений и регламент проведения государственного аттестационного испытания. Председатель ведет мероприятие, предоставляя слово выступающим, включая членов комиссии. Председатель следит за тем, чтобы все, кроме выступающего и председателя ГЭК, отключали свои микрофоны и, в случае ограничений по каналам связи, камеры.

Секретарь ГЭК нумерует билеты в случайном порядке и просит всех обучающихся написать в чате инструмента, выбранного для видеосвязи, цифру (от 1 до N, где N число билетов). После этого секретарь ГЭК выводит на экран рабочего стола билеты с номерами и просит обучающихся зафиксировать вопросы выбранного ими билета.

На подготовку к ответу на билет на экзамене дается 40 минут. Во время подготовки все обучающиеся должны находиться в поле включенных камер их компьютеров/ноутбуков. Для визуального контроля за ходом подготовки привлекаются прокторы (контролеры) из ассистентов кафедры или сотрудников деканата.

По окончании времени, отведенного на подготовку, обучающиеся начинают отвечать с соблюдением установленной очередности. На ответ по каждому вопросу отводится не более 7 минут.

По завершении ответа обучающегося члены комиссии задают вопросы в видеорежиме или в чате инструмента, выбранного для видеосвязи. Секретарь ГЭК фиксирует вопросы и ответы в протоколе.

По завершении выступлений члены ГЭК обсуждают результаты без участия обучающихся, для чего они отключаются на время обсуждения, продолжительность которого составляет не более 90 минут. По окончании обсуждения обучающиеся получают приглашение подключиться обратно для оглашения результатов. Председатель оглашает результаты. Секретарь ГЭК вносит все сведения в протокол.

В случае сбоев в работе оборудования, каналов и используемого инструмента видеосвязи на протяжении более 15 минут у участников процедуры ГИА с применением ДОТ председатель ГЭК принимает решение: о применении альтернативного инструмента видеосвязи, о переносе (на срок до одного часа) или об отмене заседания ГЭК, о чем секретарем ГЭК составляется акт. Данное обстоятельство считается уважительной причиной несвоевременной сдачи ГИА. Обучающимся предоставляется возможность пройти ГИА в другой день в рамках срока, отведенного на ГИА в соответствии с учебным планом и календарным учебным графиком. О дате и времени проведения мероприятия сообщается отдельно, согласно настоящему регламенту.

7.2. Порядок подготовки и выполнения выпускной квалификационной работы. Требования по оформлению выпускной квалификационной работы.

ВКР представляет собой выполненную обучающимся или несколькими обучающимися совместно работу, демонстрирующую уровень подготовленности обучающегося к самостоятельной профессиональной деятельности. Выпускная квалификационная работа представляет собой самостоятельное и логически завершенное исследование, связанное с решением задач того вида (видов) профессиональной деятельности, к которой готовится бакалавр (организационно-управленческая и информационно-аналитическая).

После согласования с научным руководителем, директору программы подается заявление об утверждении темы ВКР. Заявление необходимо подать не позднее срока, заранее установленного кафедрой. Заявление пишется на имя директора программы и должно содержать подписи обучающегося и научного руководителя.

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

Для выбора тем ВКР обучающийся подает заявление (примерная форма заявления приведена в приложении № 1).

Научные руководители формируют планы-графики подготовки ВКР (пример плана-графика подготовки ВКР приведен в приложении № 2).

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.

Рекомендуемый объем ВКР (без учета приложений) составляет 50-70 страниц.

Структура ВКР содержит следующие основные элементы:

- титульный лист;
- содержание;
- обозначения и сокращения (при наличии);
- введение;
- основная часть;

- заключение;
- библиографический список;
- приложения (при наличии).

Описание структурных элементов ВКР:

Титульный лист является первой страницей ВКР и оформляется в соответствии с Приложением № 3.

Содержание – перечень основных частей ВКР с указанием страниц.

В структурном элементе «Обозначения и сокращения» приводится перечень особых (не общепринятых) сокращений слов и наименований, использованных в ВКР.

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, степень ее разработки, а также место и значение в соответствующей области науки или практики, определяются цели, задачи и методика исследования применительно к объекту и предмету исследования, дается краткий анализ источников литературы.

Актуальность темы исследования – обоснование теоретической важности выбранной для исследования проблемы.

Цель и задачи работы – краткая и четкая формулировка цели проведения исследования и нескольких задач, решение которых необходимо для достижения поставленной цели.

Объект и предмет исследования – формулировка конкретного вопроса или анализируемой проблемы.

Методы исследования – способы, которые позволяют обучающемуся решать поставленные задачи, достигать цели исследования.

Перечень ключевых источников литературы, ФИО ученых, труды которых автор планирует использовать в работе.

Для выпускной квалификационной работы, выполненной в виде стартапа, введение включает в себя резюме стартап-проекта (является завершающим этапом работы и рекламным документом стартап-проекта):

- название стартап-проекта;
- цели и стратегия стартап-проекта;
- уникальность продукта (технологии или услуги);
- предполагаемые результаты стартап-проекта;
- горизонт расчета результатов стартап-проекта;
- источники и условия финансирования стартап-проекта;
- наличие интеллектуальной собственности (лицензии, патенты, ноу-хау, авторские права и т. п.);
- интегральные показатели экономической эффективности стартап-проекта;
- риски проведения стартап-проекта;
- потенциал стартап-проекта.

Основная часть работы включает 2 главы, в которых излагается материал исследования, решаются задачи, поставленные во введении. Содержание работы должно соответствовать теме ВКР и раскрывать ее в полном объеме.

Первая глава работы отражает основные теоретические подходы, существующие в рамках рассматриваемой проблематики. В ней приводятся различные точки зрения, часто противоречивые, по обсуждаемым вопросам. Автор работы изучает, систематизирует и анализирует мнения известных в данной области специалистов. Развитие навыков работы с литературой предполагает обобщение существующих подходов, их критический анализ и обоснование собственной позиции автора по рассматриваемому вопросу. В данной части работы обучающийся должен показать умение критически подходить к рассмотрению проблемы, вытекающей из целей и задач работы, обобщать, анализировать и систематизировать собранный материал, раскрывать проблемы рассматриваемого вопроса.

Во второй главе работы обучающийся подкрепляет представленные ранее основные теоретические положения материалами из статистических справочников, журнальных статей,

аналитических и исследовательских отчетов и других источников. В данной части обучающемуся рекомендуется предоставить аналитический обзор существующих данных по соответствующей тематике (касательно отдельных рынков, отраслей и подотраслей экономики, бизнес-кейсов и бизнес-ситуаций, применимых для изучаемой проблематики), а также разработать теоретические рекомендации и/или предложения, способствующие совершенствованию решаемой в исследовании проблемы.

В данной главе также могут быть представлены экономические тренды, прогнозы развития соответствующей отрасли, экономические обоснования, перспективы развития.

Каждая глава завершается выводами, не дублирующими соответствующие разделы в тексте работы.

Основная часть выпускной квалификационной работы, выполненной в виде стартапа, содержит следующие компоненты:

1) Методология разработки стартап-проекта:

– анализ рынка и обоснование актуальности выбора темы/проблемы, на решение которой направлен стартап-проект;

– описание и обоснование выбора методологии разработки стартап-проекта.

2) Бизнес-модель и бизнес-план стартап-проекта:

– общая характеристика стартап-проекта и сферы деятельности (основная бизнес-идея стартап-проекта, общие исходные данные и условия реализации; сфера деятельности; оценка рынка сбыта; описание потребителей нового продукта (технологии или услуги); оценка конкурентов и конкурентной среды; динамика развития, характеристика рыночных и отраслевых позиций бизнеса (в перспективе двух-пяти лет);

– описание продукта (технологии или услуги) (предоставляется информация о продукте (технологии или услуге), которая будет получена по результатам реализации стартап-проекта; целесообразно указать наименование продукта (технологии или услуги); назначение и сферу применения; основную характеристику; конкурентоспособность; инновационность продукта (технологии или услуги); наличие или необходимость получения документов разрешительного характера, в том числе лицензий; степень готовности к производству и/или реализации; наличие сертификата качества (при его наличии); экологическую безопасность; условия поставки и упаковки (при наличии); гарантийное и сервисное обслуживание (при наличии); утилизацию отходов (при наличии).

Оптимальным будет включение в приложение к бизнес-плану фотографий, рисунков, чертежей, макетов, эскизов, схем, натурального образца и других форм отражения, которые предоставляют предметное представление о продукте (технологии или услуге);

– маркетинговый анализ, стратегия и сбыт продукта (технологии или услуги) (в данный подраздел входят маркетинговые исследования; описание рынка и перспективы его развития; анализ и описание конкурентов; сильные и слабые стороны субъекта хозяйствования; потребители продукции; требования потребителей к продукции и возможности субъекта хозяйствования по их соблюдению; MVP (минимально жизнеспособный продукт); SWOT-анализ, стратегия рекламы и продвижения продукта (технологии или услуги);

– производственный план (в этом разделе приводятся общие сведения о стартап-проекте, расчет производственных издержек на планируемый объем сбыта, прямые (переменные) и общие (постоянные) затраты на производство продукции, калькуляция себестоимости продукции, смета текущих затрат на производство. Здесь описываются существующие и предполагаемые процедуры и средства, необходимые для выпускаемой технологии, продукции или предоставляемых услуг.

Примерная структура данной части: географическое положение предприятия, транспортные пути, наличие коммуникаций; технологии производства; объем производства; кадровое обеспечение; экологичность производства и безопасность работающих; заработная плата и другие расходы на персонал; потребность в площадях; затраты на сырье и материалы; текущие затраты на производство; переменные издержки; постоянные издержки и др.);

– организационный план (структура: организационно-правовая форма собственности

стартап-проекта; организационная структура (описание команды стартап-проекта, распределение обязанностей, описание среды и стиля управления стартап-проектом); сведения о партнерах; календарный график работ стартап-проекта; описание внешней среды стартап-проекта; расчет потребности в финансировании (смета затрат на стартап-проект); определение источника и условий финансирования стартап-проекта);

– финансовый план (комплексная финансовая модель стартап-проекта, в том числе метрики воронки продаж и маржинальная юнит-экономика; план доходов и расходов с учетом планов продаж и ценовой политики, разработка сбалансированного плана денежных потоков с учетом OPEX (операционные затраты), CAPEX (капитальные затраты) и привлечения финансовых источников; расчет зоны устойчивого роста компании, расчет потребности в оборотном капитале, сформированный прогнозный баланс, расчет потребности в финансировании);

– направленность, эффективность и конкурентоспособность стартап-проекта (указанный раздел должен раскрывать оценку проекта, его эффективность и направленность; оценку по методу DCF; инвестиционные показатели окупаемости стартап-проекта; прогнозируемые показатели эффективности стартап-проекта);

– риски и гарантии (описание возможных рисков и форс-мажорных обстоятельств. Анализ чувствительности проекта к внешним факторам и рискам (сформирована матрица рисков, разработан сценарий стартап-проекта).

Заключение – самостоятельная часть бакалаврской работы. Заключение не должно содержать дублирование содержания основной части. В заключении подводятся итоги теоретической разработки темы, предлагаются обобщения и выводы по теме работы, формулируются рекомендации и/или предложения по исследуемой проблеме.

В заключении выпускной квалификационной работы, выполненной в виде стартапа, должны содержаться результаты реализации или коммерциализации (при наличии) стартап-проекта и/или перспективы его развития.

Библиографический список должен включать изученную и использованную при выполнении ВКР литературу. Список использованной литературы – не менее 10 наименований, из них учебной, научно-популярной литературы, статей в СМИ и Интернете не более 50%, остальные источники – академические (научные монографии и статьи в академических журналах не менее 30%), использование англоязычных источников не менее 20% (обязательно). Оформление работы должно соответствовать требованиям, изложенным в соответствующих разделах настоящего Положения. Пример оформления библиографического списка приведен в Приложении № 4. Любые изменения библиографического списка осуществляются по согласованию с научным руководителем.

В Приложении включаются разработанные и/или использованные процессе выполнения ВКР материалы, не внесенные в основную часть: справочные материалы, таблицы, схемы, нормативные документы, образцы документов, инструкции, методики (иные материалы), иллюстрации вспомогательного характера и т.д.

В приложениях выпускной квалификационной работы, выполненной в виде стартапа, следует отражать:

- полную информацию о компании или участнике НКО/АНО (регистрационные документы и пр.);
- фотографии, чертежи, патентную информацию о продукции;
- результаты маркетинговых исследований;
- фотографии и схемы предприятия;
- схемы по организационной структуре предприятия;
- финансово-экономические расчеты (таблицы, графики);
- нормативные документы и законодательные акты, подтверждающие описанные риски по стартап-проекту.

ВКР, предоставляемая на защиту, должна быть переплетена в твердый книжный переплет. В конце работы вставляются 5 пустых прозрачных файлов, в которые вкладываются

приложения в следующем порядке (каждое в отдельный файл): задание на ВКР, план-график подготовки ВКР, отзыв научного руководителя, справка о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований и приложение к ней, заявление об отсутствии неправомерных заимствований.

ВКР оформляется в виде текста (шрифт Times New Roman 14), подготовленного с помощью текстового редактора и отпечатанного на принтере на листах формата А4 с одной стороны. Текст на листе должен иметь книжную ориентацию, альбомная ориентация допускается только для таблиц и схем приложений. Основной цвет шрифта – черный.

Допускается использование визуальных возможностей акцентирования внимания на определенных терминах, определениях с помощью применения инструментов выделения и шрифтов различных стилей.

Наименования всех структурных элементов ВКР (за исключением приложений) записываются в виде заголовков строчными буквами по центру страницы без подчеркивания (шрифт 14 полужирный).

Страницы нумеруются арабскими цифрами с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту. Номер страницы проставляется в центре нижней части листа без точки. Титульный лист включается в общую нумерацию страниц. Номер страницы на титульном листе не проставляется (нумерация страниц – автоматическая). Приложения включаются в общую нумерацию страниц. Иллюстрации и таблицы на листе формата А3 учитываются как одна страница.

Главы (разделы) имеют порядковые номера в пределах всей ВКР и обозначаются арабскими цифрами без точки. Номер подраздела состоит из номера главы (раздела) и подраздела, разделенных точкой. Разделы основной части ВКР следует начинать с нового листа (страницы).

При ссылках на структурную часть текста выполняемой ВКР указываются номера глав (разделов), подразделов, пунктов, подпунктов, перечислений, графического материала, формул, таблиц, приложений, а также графы и строки таблицы данной ВКР. При ссылках следует писать: «... в соответствии с главой (разделом) 2», «... в соответствии со схемой № 2», «(схема № 2)», «в соответствии с таблицей № 1», «таблица № 1», «... в соответствии с приложением № 1» и т. п.

Цитаты воспроизводятся в тексте ВКР с соблюдением всех правил цитирования (соразмерная кратность цитаты, точность цитирования). Цитируемая информация заключается в кавычки, указывается источник цитирования.

Цифровой (графический) материал (далее – материалы), как правило, оформляется в виде таблиц, графиков, диаграмм, иллюстраций и имеет по тексту отдельную сквозную нумерацию для каждого вида материала, выполненную арабскими цифрами.

При этом обязательно делается надпись «Таблица» или «Рис.» и имеет по тексту отдельную сквозную нумерацию для каждого вида материала, выполненную арабскими цифрами. Название рисунка записывается в той же строке, а заголовок таблицы – на следующей строке по центру строчными буквами (14 шрифт полужирный).

Материалы в зависимости от их размера помещаются под текстом, в котором впервые дается ссылка на них, или на следующей странице. Допускается цветное оформление материалов.

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другой лист (страницу). При переносе части таблицы на другой лист (страницу) слово «Таблица» и номер ее указывают один раз справа над первой частью таблицы, над другими частями пишут слово «Продолжение» и указывают номер таблицы (пример: «Продолжение таблицы № 1»). При переносе таблицы на другой лист (страницу) заголовок помещают только над ее первой частью. Необходимо указывать при переносе обозначение столбцов таблицы. В таблицах допускается применение 12 размера шрифта.

Для составления формул, уравнений используется Редактор формул Microsoft Word.

Формулы и уравнения следует выделять из текста в отдельную строку. Выше и ниже каждой формулы и уравнения необходимо оставлять не менее одной свободной строки.

Формулы следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всей работы арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке, например:

$$R = X_{\max} - X_{\min}, (4)$$

Формулы, помещаемые в приложениях, должны нумероваться отдельной нумерацией арабскими цифрами в пределах каждого приложения с добавлением перед каждой цифрой обозначения приложения, например, формула (В.1). Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в скобках. Например: «.. в формуле (1).».

В качестве символов физических величин в формуле следует применять обозначения, установленные соответствующими нормативными документами. Пояснение символов и числовых коэффициентов, если они не пояснены ранее, должны быть приведены непосредственно под формулой, после которой ставится запятая.

Пояснение каждого символа следует давать с новой строки в той последовательности, в которой символы приведены в формуле. Первая строка пояснения должна начинаться без абзацного отступа со слова «где» (без двоеточия). Например:

$$R = X_{\max} - X_{\min}, (4)$$

где X_{\max} - максимальное значение контролируемого параметра в выборке;

X_{\min} - минимальное значение контролируемого параметра в выборке.

Формулы, следующие одна за другой и не разделенные текстом, отделяют запятой.

Переносить формулы на следующую строку допускается только на знаках выполняемых операций, причем знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке умножения применяют знак «х». Порядок оформлений математических уравнений идентичен порядку оформления формул.

В ВКР используются общепринятые сокращения и аббревиатуры. Если в ВКР принята особая система сокращений слов, наименований, то перечень принятых сокращений должен быть приведен в структурном элементе «Обозначения и сокращения» после структурного элемента ВКР «Содержание».

Приложения к ВКР оформляются на отдельных листах, причем каждое из них должно иметь свой тематический заголовок и в правом верхнем углу страницы надпись «Приложение № 1», «Приложение № 2...» с указанием его порядкового номера арабскими цифрами. Характер приложения определяется обучающимся самостоятельно, исходя из содержания ВКР. Текст каждого приложения может быть разделен на разделы, подразделы, пункты, подпункты, которые нумеруют в пределах каждого приложения. Приложения должны иметь общую с остальной частью ВКР сквозную нумерацию страниц.

К тексту ВКР дополнительно прилагается аннотация (автореферат) объемом не более 1 страницы, в которой должны быть отражены основные положения, выносимые на защиту. Она вкладывается в файл вместе с заданием на ВКР.

Обучающийся 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 обучающемуся оценку «неудовлетворительно». К защите принимаются выпускные работы с допустимым объемом заимствования не более 25%. Справка об антиплагиате входит в комплект документов, предоставляемых на предзащиту.

Электронный экземпляр выпускной квалификационной работы размещается

обучающимся в личном кабинете с приложением сканированной копии или фотографии титульного листа со своей подписью не позднее чем за два дня до проведения ГИА с применением ДОТ.

Бумажный экземпляр выпускной квалификационной работы, оформленный в соответствии с установленными требованиями, и иные документы (при наличии) передаются обучающимся на кафедру структурного подразделения после появления такой возможности.

7.3. Руководство и консультирование

Непосредственное руководство бакалаврской работой обучающегося осуществляет научный руководитель.

Обязанности научного руководителя:

- оказывать консультационную помощь обучающемуся 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 директора программы в случае несоблюдения обучающимся графика выполнения ВКР;
- давать квалифицированные рекомендации по содержанию ВКР;
- произвести оценку качества выполнения ВКР в соответствии с предъявляемыми к ней требованиями (отзыв руководителя).

7.4. 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. Обучающийся должен излагать основное содержание выпускной работы свободно, не читая письменного текста. Продолжительность доклада – 10 мин.

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

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

После заключительного слова обучающегося 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.

При совместном выполнении ВКР структурным подразделением обеспечивается возможность объективного оценивания уровня подготовленности к самостоятельной профессиональной деятельности каждого обучающегося, выполнявшего ВКР совместно.

Итоговая оценка по результатам защиты выпускной квалификационной работы проставляется в протокол заседания комиссии и зачётную книжку обучающегося, 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.

Особенности защиты ВКР в форме стартапа определены Положением о выпускной квалификационной работе по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, выполняемой в виде стартапа, утвержденным приказом ректора Академии от 30.10.2023г. № 02-2008.

Порядок проведения защиты ВКР с применением ДОТ:

Все обучающиеся и члены ГЭК за 15 минут до начала ГИА с применением ДОТ должны установить связь. Председатель ГЭК оценивает присутствие и наличие кворума, объявляет очередность выступлений и регламент проведения государственного аттестационного испытания. Председатель ведет мероприятие, предоставляя слово выступающим, включая членов комиссии. Председатель следит за тем, чтобы все, кроме выступающего и председателя ГЭК, отключали свои микрофоны и, в случае ограничений по каналам связи, камеры.

Выступающие докладывают результаты своей ВКР, демонстрируя членам комиссии презентацию с рабочего стола. Общее время доклада должно составлять не более 10 минут. По завершении доклада члены комиссии задают вопросы в видеорежиме или в чате инструмента, выбранного для видеосвязи. Секретарь ГЭК фиксирует вопросы и ответы в протоколе.

По завершении выступлений члены ГЭК обсуждают результаты без участия обучающихся, для чего они отключаются на время обсуждения, продолжительность которого составляет не более 90 минут. По окончании обсуждения, обучающиеся получают приглашение подключиться обратно для оглашения результатов. Председатель оглашает результаты. Секретарь ГЭК вносит все сведения в протокол.

В случае сбоев в работе оборудования, каналов и используемого инструмента видеосвязи на протяжении более 15 минут у участников процедуры ГИА с применением ДОТ председатель ГЭК принимает решение: о применении альтернативного инструмента видеосвязи, о переносе (на срок до одного часа) или об отмене заседания ГЭК, о чем секретарем ГЭК составляется акт. Данное обстоятельство считается уважительной причиной несвоевременной сдачи ГИА. Обучающимся предоставляется возможность пройти ГИА в другой день в рамках срока, отведенного на ГИА в соответствии с учебным планом и календарным учебным графиком. О дате и времени проведения мероприятия сообщается отдельно, согласно настоящему регламенту.

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

(должность и ФИО руководителя структурного
подразделения)

(ФИО студента)
студента ___ курса _____ формы обучения
направление подготовки (специальность) _____
№ учебной группы _____

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу разрешить выполнение выпускной квалификационной работы (ВКР) по следующей теме:

Обоснование целесообразности разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности самостоятельной (авторской) темы (если тема, не включена в перечень тем) _____

Прошу назначить руководителем ВКР* _____

Прошу назначить консультантом ВКР* _____

« ___ » _____ 20__ г.

(подпись обучающегося) (ФИО)

* Указывается по желанию обучающегося.

(примерная форма при выполнении ВКР несколькими обучающимися совместно)

(должность и ФИО руководителя структурного

подразделения/ должность и ФИО уполномоченного лица)

студентов __ курса _____ формы обучения
направление подготовки (специальность) _____

№ учебной группы _____

(ФИО студентов)

ЗАЯВЛЕНИЕ

Просим разрешить выполнение выпускной квалификационной работы (ВКР) по следующей теме: _____

Обоснование целесообразности разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности самостоятельной (авторской) темы (если тема, не включена в перечень тем) _____

Просим назначить руководителем ВКР* _____

Просим назначить консультантом ВКР* _____

«__» _____ 20__ г.

(подпись обучающегося) / _____ (ФИО)

(подпись обучающегося) / _____ (ФИО)

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

_____ (наименование структурного подразделения)

Специальность/направление подготовки _____

Образовательная программа _____

**ПЛАН – ГРАФИК
подготовки выпускной квалификационной работы (ВКР)**

Обучающегося(ихся) _____ курса _____ формы обучения

_____ (ФИО обучающегося(ихся))

№ п.п.	Выполняемые работы (этапы выполнения)	Срок выполнения (с ___ по ___)	Отметка о выполнении (подпись руководителя ВКР)

План-график составлен руководителем ВКР _____ / _____
(подпись) (Фамилия И.О., должность, ученая степень, ученое звание)

С планом-графиком ознакомлен(ы)

_____ (подпись обучающегося(ихся))

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

_____ (наименование структурного подразделения)

Специальность/направление подготовки _____

Образовательная программа _____

_____ (указывается конкретный вид выпускной квалификационной работы (дипломная работа, магистерская диссертация и т.д.) и ее тема)

_____ (примечание: при совместном выполнении ВКР заполняется информация о каждом обучающемся)

Автор:

обучающийся группы _____

_____ формы обучения

_____ / _____

(подпись)

(ФИО)

(примечание: при назначении консультанта(ов) заполняется информация о консультанте(ах))

Руководитель:

Должность, ученая степень, ученое звание

_____ / _____

(подпись)

(ФИО)

_____ 20 ____ г.
(город)

ПРИМЕРЫ БИБЛИОГРАФИЧЕСКИХ ЗАПИСЕЙ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ ЛИТЕРАТУРЫ

Книги

1. Arens William F., Weigold Michael F., Arens Christian. Contemporary Advertising. McGraw-Hill Irwin, 2008 – 736 p.
2. Bernays Edward Louis. Crystallizing Public Opinion. New York. Liveright Publishing Corporation. 1961 – 219 p.
3. Ivancevich J.M. Human Resource management. 10th edition. - McGraw-Hill/Irwin, 2006 – 672 p.;
4. Quelch J., Farris P. Cases in Advertising and Promotion Management. - Richard D. Irwin Inc., 2007 – 525 p.
5. Wells William D., Moriarty Sandra, Burnet John. Advertising: Principles and Practice. PNI, 2007 – 736 p.
6. Грохова В.М., Гринберг Т.Э. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии. М.: Аспект Пресс, 2011 – 317 с.
7. Евстафьев В.А., Молин А.В. Организация и практика работы рекламного агентства. М.: ИТК Дашков и К, 2016 - 512 с.
8. Ермолова Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+. Цифровая книга. М.: Альпина Диджитал, 2013 – 550 с.
9. Захарова Ю.А. Методы стимулирования сбыта. М.: Дашков и Ко, 2012 -120 с.
10. Климин А.И. Стимулирование продаж. М.: ВЕРШИНА, 2007 – 272 с.

Нормативные правовые акты

11. Конституция Российской Федерации: офиц. текст. – М.: Маркетинг, 2001 – 39 с.
12. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 15.06.2017 №555 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки "Международные отношения" (Зарегистрирован 05.07.2017 № 47304). Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru> 07.07.2017 № 0001201707070002.

Стандарты

13. ГОСТ Р 7.0.53-2007 Система стандартов по информации, библиотечному издательскому делу. Издания. Международный стандартный книжный номер. Использование и издательское оформление. – М.; Стандартинформ, 2007. – 5 с.

Диссертации

14. Лагкуева, И.В. Особенности регулирования труда творческих работников театров: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.05 / Лагкуева Ирина Владимировна. – М., 2009. – 168 с.

Электронные ресурсы

15. Media Guide – портал о медиабизнесе для профессионалов. [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.mediaguide.ru/> – Дата просмотра: 15.09.2024.
16. Our history. [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – ГлаксоСмитКляйн – Режим доступа: <http://www.gsk.com/about/history-noflash.htm#> свободный. – Загл. с экрана. – Яз. англ. Дата просмотра: 20.02.2024.

17. Анализ коммуникативных групп. Материалы сайта (корпоративный блог Synovate Comcon) [Эл. ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.sostav.ru/blogs/33568/> - <http://www.sostav.ru/> – Дата просмотра: 30.04.2024.

Статьи

Цакаев А.Х. Комплексный риск-менеджмент. // Менеджмент в России и за рубежом. – 2012. – № 2. – С. 31-39.

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Институт _____
Факультет _____

Направление подготовки _____
Образовательная программа _____

**ОТЗЫВ
о работе обучающегося в период подготовки
выпускной квалификационной работы**

« _____ »
_____»

обучающегося _____ курса _____ формы обучения

(ФИО обучающегося)

Руководитель ВКР: _____
(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)

СОДЕРЖАНИЕ ОТЗЫВА

№ п/п	Критерии оценки	Оценка научного руководителя (по 5-балльной шкале)
1.	Методология исследования – определение проблемы, постановка целей и задач исследования, адекватность методов исследования и аргументированность их выбора, точность использования процедур, полнота и релевантность результатов, способ представления результатов	
2.	Критический анализ результатов, логичность и полнота предлагаемых решений	

