

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

Факультет Высшая школа корпоративного управления
Кафедра Международной коммерции и логистики

УТВЕРЖДЕНА

Ученым советом факультета «Высшая
школа корпоративного управления»

Протокол от «15» ноября 2024 г. № 10



**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

по направлению подготовки
38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО
(код, наименование направления подготовки)

Технологии продаж в современном бизнесе

(профиль)

бакалавр
(квалификация)

очная
(формы обучения)

Год набора - 2021

Москва, 2024 г.

Авторы-составители:

Д.т.н., проф. Николаева М.А., д.э.н., проф. Проценко И.О., к.э.н., доц. Ливсон М.В., к.ю.н., доц. Гуслистая Т.В., к.э.н., проф. Коробейникова С.В., к.соц.н. Тарасенко И.О., к.э.н., доц. Панюкова В.В, к.соц.н., доц. Рассказова И.Н., к.э.н. Федосеева О.В., к.э.н., доц. Рыбалко М.А., к.ю.н. Симонян Г.В., к.э.н., доц. Сырцов Д.Н., к.т.н., доц. Черная М.А., ст.преподаватель Баркова Е.А., Шпирт И.М.

Директор программы бакалавриата, к.э.н., доцент,
доцент кафедры международной коммерции и логистики Хмельницкая С.А.

Заведующий кафедрой:

«Международной коммерции и логистики» д.э.н., профессор
Мигранян А.А.
(наименование кафедры) (ученая степень и(или) ученое звание) (Ф.И.О.)

Программа Государственной итоговой аттестации рассмотрена и одобрена на заседании кафедры международной коммерции и логистики протокол от «17» октября 2024 г. № 2

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
1. Цель и задачи государственной итоговой аттестации	4
2. Результаты освоения ОП ВО	5
3. Виды и объем государственной итоговой аттестации	5
4. Выпускная квалификационная работа	6
5. Основные направления научно–исследовательских работ и рекомендуемая тематика выпускных квалификационных работ бакалавров	6
6. Руководство и консультирование	9
7. Рецензирование выпускной квалификационной работы	11
8. Требования к объему, структуре и оформлению выпускной квалификационной работы (ВКР)	11
9. Оформление выпускной квалификационной работы	13
10. Порядок проверки ВКР на объем заимствования, в том числе содержательного, выявления неправомерных заимствований	14
11. Процедура предварительной защиты выпускной квалификационной работы	16
12. Защита выпускной квалификационной работы	17
13. Государственный экзамен	25
14. Методические материалы	66
15. Подведение итогов защиты ВКР и сдачи государственного экзамена	66
16. Порядок подачи и рассмотрения апелляций	66
17. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для подготовки к защите выпускной квалификационной работы и сдаче государственного экзамена	68
Приложения	74

Введение

Программа государственной итоговой аттестации (ГИА) разработана в соответствии с требованиями новой редакции образовательного стандарта Академии по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (далее – ОС), утвержденного приказом ректора Академии от 07 сентября 2023 г. № 01–24481, разработанного на основе федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12 августа 2020 г. N 963"Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело" с изменениями, внесенными приказами Министерства науки и высшего образования РФ от 26 ноября 2020 г. N 1456, от 19 июля 2022 г. N 662, от 27 февраля 2023 г. N 208. (изменения вступают в силу с 1 сентября 2023 г.) и Положения о проведении в РАНХиГС государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры (приказ ректора от 25 марта 2016 г. № 01–1502 в редакции приказов РАНХиГС от 11 мая 2016 г. № 01–2211, от 4 июля 2016 г. № 01–3429, от 15 мая 2017 г. № 01–2565, от 24 октября 2017 г. № 01–7205, от 16 ноября 2017 г. № 01–7946, от 6 мая 2019 г. № 02–520, от 22 декабря 2021 г. № 02–1430, от 27 сентября 2023 г. № 02–1747).

Программа ГИА устанавливает процедуру организации и проведения государственной итоговой аттестации обучающихся, включая формы ГИА, требования к использованию средств обучения, средств связи при проведении ГИА, требования, предъявляемые к лицам, привлекаемым к проведению ГИА, порядок подачи и рассмотрения апелляций, изменения и (или) аннулирования результатов ГИА, а также особенности проведения ГИА для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Государственная итоговая аттестация может проводиться с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ) в связи с форс–мажорными обстоятельствами, вызванными мерами по предотвращению распространения коронавирусной инфекции и регламентируется Приказом Академии от 24.04.2020 № 02–370 «Об утверждении Регламента проведения государственной итоговой аттестации с применением дистанционных образовательных технологий в условиях предупреждения распространения новой коронавирусной инфекции на территории Российской Федерации»

Данный регламент может быть применён и в иных случаях, препятствующих студентам и/или членам государственной экзаменационной комиссии лично присутствовать в Академии при проведении ГИА при наличии уважительных причин, в том числе при проведении ГИА для студентов из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Решение о проведении ГИА с применением ДОТ принимается руководителем структурного подразделения, реализующего образовательную программу и организующего ГИА (далее – структурное подразделение) для всех обучающихся образовательной программы без подачи заявлений с их стороны.

1. Цель и задачи государственной итоговой аттестации

Цель ГИА – установить уровень подготовки выпускника Академии к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям ОС, определить результативность обучения каждого выпускника, включая оценку объема и качества приобретенных им знаний, овладения компетенциями, которые необходимы

для успешного решения профессиональных задач, способствующих его востребованности и устойчивости на рынке труда и продолжению образования в магистратуре.

По результатам государственной итоговой аттестации выпускников Государственная экзаменационная комиссия принимает решение о присвоении квалификации по направлению подготовки и выдаче диплома.

Задачи ГИА:

- оценить уровень овладения общекультурными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями;
- углубить и интегрировать знания, умения и навыки, полученные в результате освоения образовательной программы по профилю «Технологии продаж в современном бизнесе»
- обеспечить условия формирования у студентов исследовательской культуры в области логистической, торгово-технологической, организационно–управленческой, научно–исследовательской и проектной видов деятельности;
- сформировать опыт практического приложения полученных знаний и навыков в области логистической деятельности, управления цепями поставок, международной коммерции, информационно-аналитических, организационно-управленческих видов деятельности.

2. Результаты освоения ОП ВО

В результате государственной итоговой аттестации должны быть выявлены сформированные в соответствии с ОС у выпускников универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции. Совокупность данных компетенций является фундаментом для успешной профессиональной деятельности выпускников программы «Технологии продаж в современном бизнесе». Перечень профессиональных и универсальных компетенций, владение которыми должен продемонстрировать обучающийся в ходе ГИА, а также критерии и показатели оценивания степени освоения компетенций отражены в Фонде оценочных средств государственной итоговой аттестации (ФОС ГИА).

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

Обучающимся и лицам, привлекаемым к ГИА, во время ее проведения запрещается иметь при себе и использовать средства связи.

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

3. Виды и объем государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация выпускников направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Технологии продаж в современном бизнесе» проводится в форме:

- государственного экзамена;
- защиты выпускной квалификационной работы (далее по тексту ВКР).

Общая трудоемкость ГИА составляет 324 часа, 9 з.е. (3 з.е. – подготовка и сдача государственного экзамена, 6 з.е. – подготовка и защита ВКР)

К ГИА допускается обучающийся не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Технологии продаж в современном бизнесе».

Срок проведения ГИА (дата начала и дата окончания) устанавливается календарным учебным графиком.

Результаты каждого государственного аттестационного испытания определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания.

Успешное прохождение ГИА является основанием для выдачи обучающемуся документа о высшем образовании и присвоения ему квалификации «бакалавр».

4. Выпускная квалификационная работа

ВКР представляет собой выполненную обучающимся или несколькими обучающимися совместно работу, демонстрирующую уровень подготовленности обучающегося к самостоятельной профессиональной деятельности. ВКР выполняется в виде бакалаврской работы, бакалаврского проекта, иной работы (стартап). ВКР в виде стартап регламентирована Положением о выпускной квалификационной работе по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, выполняемой в виде стартапа, приказ №02–2008 от 30.10.2023.

ВКР бакалавра представляет собой самостоятельное и логически завершенное исследование, связанное с решением задач вида профессиональной деятельности, к которой готовится выпускник: торгово-технологическая; организационно–управленческая; научно–исследовательская; проектная; логистическая.

Тема ВКР должна отвечать направлению подготовки и профилю образовательной программы. Тематика выпускных квалификационных работ определяется кафедрой международной коммерции и логистики, подлежит ежегодному обновлению в зависимости от потребностей рынка труда и достижений науки и техники.

5. Основные направления научно-исследовательских работ и рекомендуемая тематика выпускных квалификационных работ бакалавров профиля «Технологии продаж в современном бизнесе»:

1. Совершенствование маркетинговых коммуникаций в международном бизнесе (на примере компании)
2. Аналитика продаж сети магазинов средствами Python
3. Маркетплейсы как эффективный способ продвижения товаров (на примере)
4. SMM–маркетинг как способ повышения эффективности продвижения бренда компании.
5. Оценка эффективности собственных торговых марок в ассортименте торговой организации
6. Оценка эффективности торгового ассортимента (на примере компании...).
7. Оценка эффективности аутсорсинга мерчандайзинга (на примере компании...)
8. Бренд–менеджмент торговой организации и его роль в обеспечении ее конкурентоспособности.
9. Влияние внутреннего маркетинга на достижение рыночных целей компании (на примере компании)
10. Выявление потребительских предпочтений для формирования клиентоориентированного подхода в деятельности компании (на примере компании)
11. Директ маркетинг: инструменты, эффективность (на примере компании)

12. Совершенствование закупочной деятельности внешнеторговой организации (на примере компании...)
13. Защита прав потребителей от фальсифицированной и контрафактной продукции: российский и зарубежный опыт.
14. Использование и оценка эффективности мессенджеров как нового канала коммуникации и продаж
15. Использование инструментов интернет–маркетинга в сфере ритейла
16. Маркетинговая программа привлечения клиентов (на примере компании)
17. Маркетинговая программа удержания клиентов (на примере компании.....!! Кроме ООО "МВМ")
18. Медиа планирование продвижения продукта в сети интернет
19. Международная франчайзинговая деятельность как способ проникновения на зарубежные рынки (на примере головной компании).
20. Международные выставки и ярмарки как средство повышения эффективности внешнеторговой деятельности организации
21. Международный маркетинг: стратегии проникновения хозяйствующего субъекта на зарубежный рынок (на примере компании...)
22. Омниканальность как новая парадигма интернет–торговли (на примере компании...)
23. SEO–оптимизация и продвижение сайта компании в сети Интернет (на примере компании...)
24. Организация выставочно–ярмарочной деятельности на рынке товаров (на конкретном примере)
25. Организация деятельности компании на принципах клиентоориентированности (на примере компании)
26. Организация и оценка эффективности Интернет–магазинов
27. Организация розничной торговли товарами (конкретными группами продовольственных или непродовольственных) товаров на основе принципов мерчандайзинга.
28. Организация совместных предприятий как метод стимулирования экспорта в РФ
29. Организация современных форм оптовой торговли в России и за рубежом (страна по выбору студента)
30. Особенности и перспективы трансграничной торговли электроэнергией Россией.
31. Особенности международной экспансии розничных сетей (на конкретном примере)
32. Отраслевой уровень внешнеэкономического сотрудничества (на примере конкретной отрасли экономики).
33. Оценка экономической эффективности деятельности организации оптовой (розничной) торговли.
34. Разработка программы по повышению качества логистического сервиса (на примере компании)
35. Оценка эффективности мерчандайзинга розничной сети (на примере компании)
36. Планирование и организация закупок на предприятиях оптовой (розничной) торговли
37. Потребительский рынок России: состояние и перспективы развития (на примере товаров однородных групп).
38. Развитие бизнеса на рынке дополнительного образования (на примере организации)

39. Развитие экспортного потенциала российских организаций (на примере компании...)
40. Разработка программы интернет–продвижения для стартапа.
41. Разработка программы повышения качества сервисных услуг розничной сети
42. Разработка программы повышения удовлетворенности клиентов/покупателей (на примере компании)
43. Разработка стратегии продвижения товаров FMCG на основе мультиканальности (на примере компании)
44. Разработка стратегии развития бизнеса торговой организации с применением процедуры бенчмаркинга
45. Разработка товарной политики в интернет–магазине (на примере компании...)
46. Разработка предложений по выбору поставщиков и формированию партнерских отношений (на примере компании)
47. Рекомендации по формированию каналов товародвижения и выбору торговых посредников на рынке (на примере компании)
48. Роль выставок/ярмарок как интегрированных коммуникаций в повышении продаж (на примере компании)
49. Роль клиентоориентированного сервиса в повышении конкурентоспособности компании (на примере компании...)
50. Совершенствование инструментов продвижения продукта в сети интернет
51. Совершенствование интеграции маркетинговой и сбытовой деятельности компании (на примере компании)
52. Совершенствование управления маркетинговыми коммуникациями (на примере компании)
53. Совершенствование маркетинговой политики компании по работе с социальными медиа в сети интернет (на примере компании)
54. Совершенствование организации деятельности по закупкам товаров и/или услуг за рубежом (на примере российской или зарубежной компании)
55. Совершенствование организации электронной коммерции в практике российской или зарубежной компании
56. Совершенствование маркетинговой деятельности в практике российской или зарубежной компании
57. Совершенствование продвижения товаров и услуг в сети Интернет (на примере компании...)
58. Совершенствование сбытовой политики компании (на примере компании)
59. Совершенствование товарной политики компании (на примере компании)
60. Совершенствование торгового ассортимента розничной сети (на примере компании)
61. Совершенствование торгово–посреднических операций компании на мировом рынке (на конкретном примере)
62. Совершенствование управления продажами (на примере компании)
63. Тарифные методы регулирования международной торговли (на примере конкретного хозяйствующего субъекта).
64. Тенденции развития глобальных рынков товаров и услуг (товар, услуга по выбору студента).
65. Товарная политика торговых организаций малого и среднего бизнеса
66. Торговая политика внешнеторговых организаций
67. Эффективность цифровизации транспортных сервисов (на примере компании–перевозчика)
68. Управление ассортиментом в розничных торговых организациях

69. Управление эффективностью продаж с применением технологий бизнес аналитики (на примере компании)
70. Управление потребительским опытом (на примере компании)
71. Управление товародвижением в коммерческих организациях: российский и зарубежный опыт
72. Формирование стратегии Интернет–маркетинга торговой организации
73. Франчайзинг и его роль в развитии малого и среднего предпринимательства
74. Пути повышения эффективности продаж медицинских услуг (на примере компании)
75. Пути повышения эффективности продаж продуктов и услуг в банковской сфере (на примере коммерческого банка)
76. Пути повышения эффективности продаж в туристическом/гостиничном бизнесе (на примере компании)
77. Пути повышения эффективности продаж в сфере недвижимости (на примере компании)
78. Цифровая трансформация маркетинговой деятельности (на примере компании)
79. Digital дизайн в менеджменте маркетплейсов (на примере компании)
80. Эмоциональное воздействие на потребителей в сфере ... (на примере...)
81. Продвижение бренда в социальных сетях (на примере...)
82. Выставочная деятельность в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций организации (на примере...)
83. Эмоциональный брендинг и нейромаркетинг как инструменты управления потребительским поведением
84. Анализ конкурентной среды и его роль в маркетинге
85. Использование маркетинговых инструментов в B2B сфере
86. Влияние социальной ответственности бизнеса на маркетинговую стратегию.
87. Разработка эффективного маркетинга в B2G сфере.

Выпускник имеет право выбора темы из предложенной тематики ВКР, подав заявление на выпускающую кафедру (Приложение №1). Тема фиксируется в протоколах заседаний выпускающей кафедры и Ученого совета факультета, по представлению декана факультета утверждается приказом проректора Академии. ВКР может быть выполнена на тему, предложенную организацией– работодателем, в соответствии со стандартом направления подготовки и профилем (специализацией). В этом случае работодатель на официальном бланке оформляет заявку с предложением определенной темы (направления) исследования (Приложение № 2). Выпускник имеет право предложить свою тему ВКР вместе с обоснованием целесообразности ее разработки при условии соответствия темы стандарту направления подготовки и профилю. Изменение или корректирование (уточнение) темы допускается в исключительных случаях по просьбе руководителя ВКР с последующим ее утверждением на заседании выпускающей кафедры. В этом случае по представлению декана факультета издается дополнение к приказу «Об утверждении тем ВКР».

6. Руководство и консультирование

Координацию и контроль подготовки ВКР осуществляет руководитель ВКР (далее – руководитель) из числа работников Академии, и при необходимости консультант. Сообщения руководителей о ходе подготовки ВКР заслушиваются на заседании выпускающей кафедры с приглашением (в отдельных случаях) студентов, работы которых выполняются с нарушением графика или имеют существенные качественные недостатки.

В обязанности руководителя ВКР входит:

- а) определение плана–графика выполнения ВКР (примерная форма приведена в Приложении № 3) и контроль его выполнения;
- б) рекомендации по подбору и использованию источников и литературы по теме ВКР;
- в) оказание помощи в разработке структуры (плана) ВКР;
- г) консультирование студента по вопросам выполнения ВКР согласно установленному на семестр графику консультаций;
- д) анализ текста ВКР и рекомендации по его доработке (по отдельным главам, разделам, подразделам);
- е) оценка степени соответствия ВКР требованиям;
- ж) информирование о порядке и содержании процедуры защиты ВКР (в т.ч. предварительной), о требованиях к студенту;
- з) консультирование (оказание помощи) в подготовке выступления и подборе наглядных материалов к защите (в т.ч. предварительной);
- и) содействие в подготовке ВКР на внутривузовский или иной конкурс студенческих работ (при необходимости);
- к) составление письменного отзыва о ВКР (примерная форма приведена в Приложении № 4), в котором отражается:
 - актуальность ВКР;
 - степень достижения целей ВКР;
 - наличие в ВКР элементов научной (в основном применительно к магистерским диссертациям), методической и практической новизны;
 - наличие и значимость практических предложений и рекомендаций, сформулированных в ВКР;
 - правильность оформления ВКР, включая оценку структуры, стиля, языка изложения, а также использования табличных и графических средств представления информации, в соответствии с правилами, установленными ГОСТ.
 - степень владения автором работы профессиональными знаниями, умениями и навыками;
 - недостатки ВКР.
 - рекомендация ВКР к защите.

Допускается назначение двух руководителей ВКР, если тема ВКР имеет междисциплинарный характер. Каждому из руководителей учитывается доля объема учебной нагрузки, предусмотренного за руководство ВКР в зависимости от степени его участия.

Ответственность за руководство и организацию выполнения ВКР несет выпускающая кафедра и непосредственно руководитель ВКР.

За все сведения, изложенные в ВКР, принятые решения и за правильность всех данных ответственность несет студент – автор ВКР.

С целью оказания выпускнику специализированных консультаций по отдельным аспектам выполняемого исследования наряду с руководителем может быть назначен консультант ВКР.

Консультант назначается приказом проректора Академии (директора филиала) на любом этапе выполнения ВКР по представлению декана факультета, составленного на основании решения выпускающей кафедры.

7. Рецензирование выпускной квалификационной работы

На ВКР обучающегося должна быть дана внешняя рецензия (Приложение №6), которая, как правило, предоставляется работником организации, которая была основным объектом исследования.

Внешняя рецензия включает в себя:

- оценку актуальности темы исследования,
- оценку теоретической и практической значимости результатов исследования,
- указание на недостатки работы, при их наличии,
- выводы и рекомендации рецензента,
- общую оценку ВКР.

Внешняя рецензия оформляется на бланке организации и подписывается рецензентом с указанием его должности, места работы, ученой степени и (или) ученого звания (при наличии). При оформлении рецензии не на бланке организации, подпись должна быть заверена печатью организации. К внешней рецензии может быть приравнен отзыв организации, материалы которой были использованы при выполнении выпускной ВКР. Возможны дополнительные рецензии из РАНХиГС и других заинтересованных организаций.

8. Требования к объему, структуре и оформлению выпускной квалификационной работы

Требования к объему, структуре и оформлению выпускной квалификационной работы изложены в Положении о выпускной квалификационной работе по программам высшего образования федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», приказ от 28 декабря № 02–943 на основании решения ученого совета Академии от 28 ноября 2017 года (протокол № 11), Положения о проведении в РАНХиГС государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, (утв. решением Ученого совета Академии от 17 октября 2017г. (протокол №10) на основании приказа ректора от 25 марта 2016 г. № 01–1502 с изменениями, внесенными приказами от 4 июля 2016г. №01–3429 от 15 мая 2017 г. № 01–2565, от 24 октября 2017 г. № 01–7205, от 16 ноября 2017 г. № 01–7946, от 6 мая 2019 г. № 02–520, от 22 декабря 2021 г. № 02–1430) и Положения о выпускной квалификационной работе по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, выполняемой в виде стартапа, приказ №02–2008 от 30.10.2023.

Рекомендуемый объем ВКР (без приложения): 50–60 страниц машинописного текста, шрифт 14, интервал 1,5.

Структура ВКР содержит следующие обязательные элементы:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- библиографический список;
- приложение(я) (при необходимости).

Требования к основным элементам структуры ВКР (Приложение №7):

Титульный лист является первой страницей ВКР и оформляется в соответствии с Приложением 5.

В содержании перечисляют введение, заголовки глав (разделов) и подразделов основной части, заключение, библиографический список, каждое приложение с указанием номеров листов (страниц), на которых они начинаются.

Во введении указываются объект, предмет, цель и задачи ВКР, обосновывается ее актуальность, теоретическая и (или) практическая значимость, определяются методы исследования, дается краткий обзор информационной базы исследования.

Основная часть ВКР должна включать не менее двух глав (разделов) (но, как правило, не более трех), в классическом варианте она может быть представлена теоретическим и практическим разделами.

Для обеспечения целевой направленности работы необходимо четко формулировать ее цели и задачи каждой главы (раздела) и подраздела (соотносимые с целями и задачами ВКР, сформулированными во введении). В основной части ВКР приводятся данные, отражающие сущность, методику и основные результаты исследования.

Содержательно главы (разделы), как правило, включают в себя:

– анализ истории вопроса и его современного состояния, обзор литературы по исследуемой теме, представление различных точек зрения и обоснование позиций автора исследования, анализ и классификацию привлекаемого материала на базе избранной студентом методики исследования;

– описание методов исследований, методов расчета, обоснование необходимости проведения экспериментальных работ, принципов действия разработанных объектов, их характеристики;

– обобщение и оценку результатов исследований и предложения по дальнейшим направлениям работ, оценку достоверности полученных результатов и их сравнение с аналогичными результатами отечественных и зарубежных работ;

В конце каждой главы (раздела) подраздела следует обобщить материал в соответствии с целями и задачами, сформулировать выводы и достигнутые результаты.

В заключении указываются общие результаты ВКР, формулируются обобщенные выводы и предложения, возможные перспективы применения результатов на практике и дальнейшего исследования проблемы. Целесообразно в заключении по каждой указанной во введении задаче сформулировать: что сделано и какие получены результаты.

Библиографический список должен включать изученную и использованную в ВКР литературу. Он свидетельствует о степени изученности проблемы и сформированности у студента навыков самостоятельной работы с информационной составляющей работы и должен, и должен оформляться в соответствии с требованиями ГОСТ.

Библиографический список составляется в следующей последовательности:

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

Необходимо указывать все основные реквизиты изданий. Для книг – это фамилия и инициалы автора, название книги, место издания, название издательства, год и число страниц. Для статей, опубликованных в периодической печати, следует указывать наименование издания, год, номер, а также занимаемые страницы (Пример оформления библиографического списка приведен в приложении № 8).

В приложения включаются связанные с выполненной ВКР материалы, которые по каким–либо причинам не могут быть внесены в основную часть: справочные

материалы, таблицы, схемы, нормативные документы, образцы документов, инструкции, методики (иные материалы), разработанные в процессе выполнения работы, иллюстрации вспомогательного характера, справки организации о возможном внедрении результатов ВКР и т.д. и т.д.

Тексты выпускных квалификационных работ размещаются структурным подразделением в электронно–библиотечной системе Академии и проверяются на объем заимствования. Размещение текстов выпускных квалификационных работ в электронно – библиотечной системе Академии, проверки на объем заимствования, в том числе содержательного, выявления неправомерных заимствований регулируется локальным нормативным актом Академии.

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

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

9. Оформление ВКР

ВКР оформляется на русском языке. Допускается параллельное оформление текста работы или ее части на иностранном языке (английском, немецком и французском и др.) в форме дополнительного приложения.

Работа оформляется в виде текста, подготовленного на персональном компьютере 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.

Разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определенных терминах, определениях, применяя инструменты выделения и шрифты различных стилей.

Наименования всех структурных элементов ВКР (за исключением приложений) записываются в виде заголовков строчными буквами по центру страницы без подчеркивания (шрифт 14 жирный). Точка после заголовка не ставится.

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 номеров главы (раздела) и подраздела, разделенных точкой. В конце номера подраздела точка не ставится. Разделы основной части дипломной работы 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 № 4», «... в соответствии с приложением № 1» и т. п.

Цитаты воспроизводятся в тексте ВКР с соблюдением всех правил цитирования (соразмерная кратность цитаты, точность цитирования). Цитированная информация заключается в кавычки, и указывается номер страницы источника, из которого приводится цитата.

Цифровой (графический) материал (далее – материалы), как правило, оформляется в виде таблиц, рисунков, 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 указывается порядковый номер, название рисунка записывается в той же строке, а заголовок таблицы – на следующей строке по центру строчными буквами (14 шрифт жирный). 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, например: «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.

В ВКР используются только общепринятые сокращения и аббревиатуры. Если в работе принята особая система сокращений слов, наименований, то перечень 9 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» с указанием его порядкового номера арабскими цифрами. Характер приложения определяется студентом самостоятельно, исходя из содержания работы. Текст каждого приложения может быть разделен на разделы, подразделы, пункты, подпункты, которые нумеруют в пределах каждого приложения. Приложения должны иметь общую с остальной частью работы сквозную нумерацию страниц.

Текст ВКР должен быть переплетен (сброшюрован).

10. Порядок проверки ВКР на объем заимствования, в том числе содержательного, выявления неправомерных заимствований

Размещение текстов выпускных квалификационных работ в электронно – библиотечной системе Академии, проверки на объем заимствования, в том числе содержательного, выявления неправомерных заимствований регулируется локальным нормативным актом Академии.

Проверка осуществляется с использованием информационной системы «Антиплагиат 3.3» (далее – система «Антиплагиат»).

Признаются правомочными следующие заимствования:

а) цитирование собственных материалов (самоцитирование), в объеме, оправданном целью цитирования, с обязательным указанием ссылки на работу, которая используется, и источника заимствования;

б) цитирование в оригинале и в переводе в научных, полемических, критических, информационных, учебных целях, правомерно обнародованных произведений в объеме, оправданном целью цитирования, с обязательным указанием имени автора, произведение которого используется, и источника заимствования;

в) цитирование нормативных правовых актов с указанием официального источника публикации;

г) библиографические источники;

д) использование устойчивых словосочетания и оборотов (наименования организаций, органов государственной власти и органов местного самоуправления, часто повторяющиеся устойчивые выражения, юридические термины и т.п.).

Не допускается наличие неправомерных заимствований, а также применение технических средств, влияющих на объективность результатов проверки работ системой «Антиплагиат»¹ (далее – фальсификация результатов проверки).

Для проверки обучающиеся самостоятельно осуществляют загрузку работы через свой личный кабинет в формате «.pdf». В личный кабинет загружается полностью оформленная работа, включающая титульный лист со всеми реквизитами работы, текст самой работы с оглавлением, список литературы и приложения к сдаваемой работе. Количество возможных загрузок версий документа может быть ограничено. Доступ в личный кабинет предоставляется по учетной записи обучающегося с использованием информационно–телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу: <https://lk.ranepa.ru>

Проверка работ, загруженных через личный кабинет, осуществляется с использованием системы «Антиплагиат» в автоматическом режиме.

После проверки система «Антиплагиат» формирует справку о результатах проверки. Форма справки о результатах проверки приведена в Приложении 9.

После формирования справки о результатах проверки обучающийся в личном кабинете подтверждает отсутствие в работе неправомерных заимствований, а также подтверждает, что ознакомлен с информацией об ответственности, наступающей при обнаружении неправомерных заимствований и (или) фальсификации результатов проверки работы.

При наличии заимствований, выявленных по результатам проверки, в справке о результатах проверки в системе «Антиплагиат» напротив каждого пункта ссылки на источник заимствования, его доли в отчете и тексте приводятся поясняющие комментарии о правомочности заимствований.

Обучающийся представляет научному руководителю выпускную квалификационную работу, а также распечатанную и подписанную справку о результатах проверки (с заполненным полем «Комментарии») не позднее чем за 14 календарных дней до установленной даты защиты работы на итоговой (государственной итоговой) аттестации.

Научный руководитель осуществляет оценку работы с учетом справки о результатах проверки и принимает одно из следующих решений:

а) о прохождении проверки;

б) об условном прохождении проверки;

в) о непрохождении проверки и недопуске к итоговой (государственной итоговой) аттестации.

Решение о прохождении проверки работы принимается при отсутствии неправомерных заимствований в работе.

Решение об условном прохождении проверки работы принимается при выявлении в работе непреднамеренно осуществленных неправомерных заимствований, которые могут быть устранены посредством доработки работы (с указанием конкретных неправомерных заимствований).

¹ Под техническими средствами, влияющими на объективность результатов проверки работ системой «Антиплагиат», в настоящем Положении понимается: использование специального программного обеспечения, позволяющего изменить результаты проверки; включение в текст работы скрытых символов, пробелов; изменение кодировки текста; использование в словах сочетания букв латинского и русского алфавитов и т.д.).

Решение о непрохождении проверки работы принимается при выявлении значительного объема неправомерных заимствований, которые не могут быть устранены, а также при фальсификации результатов проверки.

Справка о результатах проверки работы при принятии научным руководителем решения о прохождении работой проверки подписывается научным руководителем и передается в деканат. Информация о принятом по результатам проверки решении доводится до сведения обучающегося.

При принятии обучающийся обязан устранить выявленные недостатки работы в срок до передачи работы в комиссию, проводящую соответствующую аттестацию.

Обучающиеся, выполнившие работы, прошедшие проверку, а также работы, условно прошедшие проверку (в случае устранения выявленных недостатков и прохождения повторной проверки в установленные сроки), допускаются к прохождению соответствующей аттестации.

Обучающиеся, выполнившие работы, не прошедшие проверку, а также работы, условно прошедшие проверку (в случае если выявленные недостатки работы не были устранены в установленные сроки), не допускаются к прохождению соответствующей аттестации.

Ответственность за наличие неправомерных заимствований в работе, фальсификацию результатов проверки, а также соответствие сведений, указанных в отчете о результатах проверки текстовых документов на наличие неправомерных заимствований сведениям, формируемым системой «Антиплагиат», несет автор работы, научный руководитель и руководитель соответствующего подразделения.

К защите принимаются выпускные квалификационные работы с допустимым заимствованием не более 25%.

11. Процедура предварительной защиты выпускной квалификационной работы

С целью осуществления выпускающей кафедрой контроля качества ВКР и подготовки студентов к официальной защите рекомендуется проведение заседания выпускающей кафедры, или экспертной комиссии факультета, состоящей из представителей выпускающих кафедр, где студент в присутствии руководителя ВКР проходит предварительную защиту ВКР. К предварительной защите студент представляет задание на ВКР и полный непереплетенный (несброшюрованный) вариант ВКР.

В обязанности членов кафедры (экспертной комиссии факультета) входит:

- оценка степени готовности ВКР;
- рекомендации по устранению выявленных недостатков работы (при их наличии);
- рекомендация о допуске ВКР к официальной защите;
- рекомендация лучших ВКР на внутривузовский или иной конкурс студенческих работ и для участия в научных конференциях.

Участие в дискуссии по рассматриваемой ВКР могут принимать все желающие лица, присутствующие на заседании выпускающей кафедры (экспертной комиссии факультета).

Результаты обсуждения ВКР: оценка степени готовности, рекомендации по устранению выявленных недостатков работы (при их наличии), рекомендация о допуске (не допуске) к официальной защите, а также рекомендация лучших ВКР на конкурсы фиксируются в протоколе заседания выпускающей кафедры (экспертной комиссии факультета).

12. Защита ВКР

Выпускник защищает ВКР на заседании государственной экзаменационной комиссии по защите ВКР (далее – комиссия), входящей в состав государственной аттестационной комиссии по направлению подготовки (специальности), утверждаемой в соответствии с Положением об итоговой государственной аттестации выпускников Академии.

Защита ВКР проводится в соответствии с графиком итоговой государственной аттестации, утверждаемым Ученым советом Академии (филиала), и по расписанию, утверждаемому в Академии проректором, в филиалах – директором или заместителем директора филиала.

Подготовленная и переплетенная ВКР представляется студентом на выпускающую кафедру, как правило, не менее чем за две недели до дня ее защиты по расписанию. В случае, если ВКР не представлена студентом в установленный срок по уважительным причинам, декан факультета может в установленном порядке изменить дату защиты, направив соответствующее представление на имя проректора Академии (директора филиала) о переносе сроков защиты ВКР. Перенос сроков защиты ВКР оформляется приказом проректора Академии (директора филиала).

Передача экземпляра ВКР для составления официального отзыва и рецензии осуществляется выпускающей кафедрой.

ВКР вместе с результатами предварительной защиты (в случае ее проведения), отзывом руководителя и рецензиями должна быть сдана выпускающей кафедрой секретарю государственной экзаменационной комиссии не позднее 12 часов рабочего дня, предшествующего дню защиты работы по расписанию.

Отрицательный отзыв руководителя ВКР и (или) официального рецензента, не влияет на допуск ВКР к защите. Оценку по результатам защиты ВКР выставляет государственная экзаменационная комиссия.

Автор ВКР имеет право ознакомиться с официальными рецензиями и отзывом руководителя о его работе до начала процедуры защиты.

Защита ВКР проводится на открытом заседании комиссии (за исключением защиты работ по закрытой тематике) с участием не менее двух третей ее состава.

Обязательные элементы процедуры защиты:

- выступление автора ВКР;
- оглашение отзыва руководителя;
- оглашение рецензий (если имеются).

Для сообщения по содержанию ВКР студенту отводится, как правило, не более 10 минут. При защите могут представляться дополнительные материалы, характеризующие научную и практическую ценность выполненной работы (печатные статьи по теме, документы, указывающие на практическое применение результатов работы и т.п.), использоваться технические средства для презентации материалов ВКР. После оглашения отзывов и рецензий студенту должно быть предоставлено время для ответа на замечания, имеющиеся в отзыве и рецензии(ях). Вопросы членов комиссии автору ВКР должны находиться в рамках ее темы и предмета исследования. На открытой защите ВКР могут присутствовать все желающие, которые вправе задавать студенту вопросы по теме защищаемой работы. Общая продолжительность защиты ВКР не должна превышать 0,5 часа.

Комиссия выставляет оценку за защиту ВКР на закрытом заседании. Оценки по итогам защиты ВКР объявляется комиссией в день защиты после оформления в установленном порядке протокола заседания комиссии.

Защита ВКР с применением ДОТ

Все обучающиеся и члены комиссии 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.

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 должна быть установлена программой ГИА. По окончании обсуждения обучающиеся получают приглашение подключиться обратно для оглашения результатов.

Председатель оглашает результаты. Секретарь ГЭК вносит все сведения в протокол.

Требования к тематике ВКР бакалавра:

– тема ВКР должна соответствовать области, объектам и видам профессиональной деятельности направления подготовки с учетом профиля «Технологи продаж в современном бизнесе»;

– тематика ВКР должна носить поисковый, научно–исследовательский и/или прикладной характер;

– тема ВКР должна соответствовать современному состоянию научно–практических исследований в сфере внешнеэкономической деятельности и международной коммерции;

– тема работы должна быть актуальной, т.е. отражать исследуемую проблему в контексте ее значимости для решения актуальных практических задач работодателей.

Для оценки результатов защиты выпускной квалификационной работы используются следующие шкалы:

Максимальное количество баллов, которое студент может набрать в процессе подготовки и защиты ВКР – **100 баллов**.

Оценка проставляется по результатам представленной комиссии выпускной квалификационной работы, отзыва научного руководителя, внешней рецензии (при наличии), доклада с презентацией, ответов на вопросы комиссии.

Степень освоения компетенций определяется по итогам защиты.

Шкала 1. Оценка сформированности отдельных элементов компетенций

Обозначения		Формулировка требований к степени сформированности компетенции		
Цифр.	Оценка	Знать	Уметь	Владеть
2	Не удовлетворительная	Отсутствие знаний предмета и объекта исследования по теме ВКР: – действующего законодательства, включая нормативные документы в области международной торговли;	Отсутствие умений: – выделить предмет и объект исследования по теме ВКР; – осуществить сбор материала по теме исследования;	Отсутствие навыков: – обзора библиографических источников по теме, составления плана и логичного изложения на профессиональном языке материала ВКР, навыков ее презентации;

		<ul style="list-style-type: none"> – знаний инструментов анализа и решения задач (математические методы и методов анализа предмета исследования) – методов анализа и оценки финансовой среды организации, ее финансовой устойчивости и эффективности; – методы теоретического и экспериментального исследования для решения профессиональных задач по теме ВКР; – методы проведения научных, в том числе маркетинговых исследований в профессиональной деятельности; – инновационные методы, средства и технологии в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой); 	<ul style="list-style-type: none"> – корректно применить инструменты анализа предмета исследования; – определить целевую установку и совокупность задач проводимого исследования, способов их решения; – оценки эффективности реализации проекта, представленного в ВКР; – применения современных программные средства и информационных технологий 	<ul style="list-style-type: none"> – выполнения аналитических и организационных работ при подготовке и реализации маркетинговых исследований по теме ВКР; – идентификации товаров, определения товарной группы, в том числе в целях таможенного декларирования; – применения математического аппарата и методов теоретического и экспериментального исследования для решения x задач по теме ВКР; – разработки решений по вопросам организации управления и совершенствования деятельности внешнеторговых организаций; – анализа и оценки финансовой среды организации и соответствия ее деятельности требованиям российских и международных стандартов.
3	Удовлетворительная	<p>Общие, но не структурированные знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – предмета и объекта исследования по теме ВКР; – действующего законодательства, включая нормативные документы в области международной торговли; – инструментов (математические методы и методы анализа предмета исследования); – методов анализа и оценки финансовой среды организации, ее финансовой устойчивости и эффективности; методов теоретического и экспериментального исследования для решения профессиональных задач по теме ВКР; – методов проведения научных, в том числе 	<p>В целом успешное, но не систематическое осуществляемое умение:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выделить предмет и объект исследования по теме ВКР; – осуществить сбор и критическую обработку материала по теме исследования; – корректно применить инструменты анализа предмета исследования; – определить целевую установку и совокупность задач проводимого исследования, способов их решения; – оценить эффективность реализации проекта, представленного в ВКР; – применить современные 	<p>В целом успешное, но не систематическое применение навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> – обзора библиографических источников по теме, составления плана и логичного изложения на профессиональном языке материала ВКР; – навыков презентации ВКР; – выполнения аналитических и организационных работ при подготовке и реализации маркетинговых исследований по теме ВКР; – идентификации товаров, определения товарной группы, в том числе в целях

		<p>маркетинговых исследований в профессиональной деятельности по теме ВКР;</p> <ul style="list-style-type: none"> – инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой) 	<p>программные средства и информационные технологии;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 	<p>таможенного декларирования;</p> <ul style="list-style-type: none"> – применения математического аппарата и методов теоретического и экспериментального исследования для решения x задач по теме ВКР; – анализа и оценки финансовой среды организации и соответствия ее деятельности требованиям российских и международных стандартов; – описывать и прогнозировать бизнес-процессы по теме ВКР и оценивать их эффективность.
4	Хорошая	<p>Общие, но не структурированные знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – предмета и объекта исследования по теме ВКР; – действующего законодательства, включая нормативные документа в области международной торговли; – инструментов (математические методы и методы анализа предмета исследования; – методов анализа и оценки финансовой среды организации, ее финансовой устойчивости и эффективности; методов теоретического и экспериментального исследования для решения профессиональных задач по теме ВКР; – методов проведения научных, в том числе маркетинговых исследований в профессиональной деятельности по теме ВКР; – инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой) 	<p>В целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выделить предмет и объект исследования по теме ВКР; – осуществить сбор и критическую обработку материала по теме исследования; – корректно применить инструменты анализа предмета исследования; – определить целевую установку и совокупность задач проводимого исследования, способов их решения; – оценить эффективность реализации проекта, представленного в ВКР; – применить современные программные средства и информационные технологии 	<p>В целом успешное, но не систематическое применение навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> – обзора библиографических источников по теме, составления плана и логичного изложения на профессиональном языке материала ВКР; – навыков презентации ВКР; – выполнения аналитических и организационных работ при подготовке и реализации маркетинговых исследований по теме ВКР; – идентификации товаров, определения товарной группы, в том числе в целях таможенного декларирования; – применения математического аппарата и методов теоретического и экспериментального исследования для решения x задач по теме ВКР; – анализа и оценки финансовой среды организации и соответствия ее деятельности

				<p>требованиям российских и международных стандартов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – описание и прогнозирование бизнес-процессов теме ВКР и оценивать их эффективность.
5	Высокая (отлично)	<p>Сформированы систематические знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – предмета и объекта исследования по теме ВКР; – действующего законодательства, включая нормативные документа в области международной торговли; – инструментов (математические методы и методы анализа предмета исследования; – методов анализа и оценки финансовой среды организации, ее финансовой устойчивости и эффективности; методов теоретического и экспериментального исследования для решения профессиональных задач по теме ВКР; – методов проведения научных, в том числе маркетинговых исследований в профессиональной деятельности по теме ВКР; – инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой) 	<p>Сформировано умение:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выделить и грамотно сформулировать предмет и объект исследования по теме ВКР; – осуществить сбор и критическую обработку материала по теме исследования; – корректно выбрать и применить инструменты анализа предмета исследования; – определить и профессионально сформулировать целевую установку и совокупность задач проводимого исследования, способов их решения; – оценить эффективность реализации проекта, представленного в ВКР; – корректно самостоятельно выбрать и применить современные программные средства и информационные технологии – 	<p>Успешное и системное применение навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> – обзора библиографических источников по теме, составления плана и логичного изложения на профессиональном языке материала ВКР; навыков ее презентации; – выполнения аналитических и организационных работ при подготовке и реализации маркетинговых исследований по теме ВКР; – идентификации товаров, определения товарной группы, в том числе в целях таможенного декларирования; – корректного отбора и применения математического аппарата и методов теоретического и экспериментального исследования для решения x задач по теме ВКР; – анализа и оценки финансовой среды организации и соответствия ее деятельности требованиям российских и международных стандартов; – описания и прогнозирования бизнес-процессы по теме ВКР, их оценки и оптимизации

Шкала 2. Система критериев для комплексной оценки сформированности компетенций по защите ВКР

Критерий	Вес критерия	Дескриптор	показатель
Степень теоретической изученности и полнота проработанности темы	40	Исчерпывающее изложение теоретических положений, на основе эффективного использования различных информационных источников, все поставленные исследовательские цели и задачи глубоко проработаны, в работе демонстрируется способность выйти за рамки описания и проявить критическое мышление, провести глубокий анализ теоретических аспектов, с представлением аргументов, обосновывающих и подтверждающих выводы.	отлично
		Тема достаточно раскрыта, использованы различные литературные, статистические источники, все поставленные исследовательские цели и задачи проработаны, однако дискурс имеет скорее описательный характер, без достаточного анализа и аргументации, выводы не всегда обоснованы.	хорошо
		Тема недостаточно проработана, в работе не использован весь необходимый для исследования темы материал, изложение некоторых аспектов достаточно поверхностное, цель достигнута частично, поскольку некоторые задачи не вполне проработаны, выводы неубедительны.	удовлетворительно
		Тема не раскрыта, вопросы изложены бессистемно, нет анализа материала, основные положения не имеют обоснования, работа не носит самостоятельный характер.	неудовлетворительно
Актуальность и практическая значимость темы	30	четко формулирует и обоснована, имеет малоизученный характер и практическую значимость.	отлично
		обоснована и имеет практическую значимость.	хорошо

		недостаточно обоснована, по данной теме имеется большое количество исследований, тема имеет мало практическую значимость.	удовлетворительно
		не обоснована	неудовлетворительно
Уровень использования в работе методов исследования, проектирования, моделирования и расчетов	20	продемонстрировано уверенное использование всех необходимых методов исследования: анализ, синтез и классификация полученной информации, системный анализ и экономические расчеты.	отлично
		уровень использования необходимых методов исследования, проектирования достаточен, проведены экономические расчеты.	хорошо
		низкий уровень использования необходимых методов исследования, проектирования и расчетов.	удовлетворительно
		уровень использования необходимых методов исследования, проектирования и расчетов недостаточен.	неудовлетворительно
Качество оформления	10	очень высокое, соответствует предъявляемым требованиям.	отлично
		высокое, в основном соответствует предъявляемым требованиям, имеются незначительные ошибки.	хорошо
		среднее, имеется много ошибок	удовлетворительно
Итого по «Содержание и оформление ВКР»	100		

Итоговая балльная оценка результатов защиты ВКР:

Показатель	Баллы (максимум)
Содержание и оформление ВКР	40
Доклад с презентацией и защита	25
Рецензия руководителя	5
Рецензия внешняя/публикация по теме ВКР*	5*
Ответы на вопросы	30
Итого:	100

**дополнительные баллы (не обязательный показатель)*

Шкала 3 перевода сто балльных оценок в пятибалльную систему и ECTS

Баллы по 100– балльной системе	Оценка		
	Пятибалльная система оценки	Словесная интерпретация оценок ECTS	ECTS
96–100	отлично	Excellent – ВКР выполнена на высоком научном уровне и практическим применением (подтверждение справкой о внедрении в организации) с возможными незначительными погрешностями, процент оригинальности текста 90% и выше	A
86–95	отлично	Very Good – ВКР высокого уровня с практическим применением с некоторыми недочетами, процент оригинальности текста 85% и выше	B
76–85	хорошо	Good – правильно выполненная ВКР с несколькими заметными недостатками, процент оригинальности текста 80% и выше	C
70–75	хорошо	Satisfactory – ВКР, выполненная удовлетворительно, с заметными недостатками, процент оригинальности текста выше 75%	D
60–69	удовлетворительно	Sufficient – ВКР, удовлетворяющая минимальным критериям, процент оригинальности текста не ниже 75%	E
Ниже 60	неудовлетворительно	Fail– ВКР, неудовлетворяющая оценочным требованиям, процент оригинальности текста ниже 75%	F

13. Государственный экзамен

Итоговый междисциплинарный государственный экзамен по направлению подготовки «Торговое дело» профиль «Технологии продаж в современном бизнесе» наряду с требованиями к содержанию дисциплин учитывает также общие требования к выпускнику, предусмотренные ОС по направлению подготовки. Форма проведения государственного экзамена – устный опрос. Экзаменационный билет содержит два вопроса и задание (расчетное или ситуационное задание), относящиеся к разным разделам программы государственной аттестации. Билеты утверждаются Председателем ГЭК. Сдача государственного экзамена проводится на открытых заседаниях государственных экзаменационных комиссий. Содержание экзамена составляют вопросы *обязательных и вариативных профессиональных дисциплин*: «Теоретические основы товароведения», «Экономика организации», «Коммерческая деятельность», «Правовое регулирование профессиональной деятельности», «Статистика», «Маркетинг», Организация, технология и проектирование предприятий (практическая часть), «Организационное поведение», а также *профильный модуль, содержащий ключевые вопросы дисциплин*: «Маркетинговые исследования», «Трейд–маркетинг», «Международная торговля», «Маркетинговые коммуникации», «Ценообразование», «Технологии продаж в розничной торговле»

Дисциплины профильного модуля: «Маркетинговые исследования», «Трейд-маркетинг», «Международная торговля», «Маркетинговые коммуникации», «Ценообразование», «Технологии продаж в розничной торговле»

«Международная торговля»:

Вопросы:

1. Актуальные проблемы международной торговли товарами и услугами.
2. Тенденции международной цифровизации торговли услугами.
3. Преимущества и недостатки базисных условий поставки во внешнеторговом контракте по Инкотермс 2010 и 2020.
4. Эффективность деятельности международных торговых организации (ВТО, ВТАО, МТП, Международный арбитраж).
5. Особенности реализации продукции международного потребления.
6. Тенденции торговли на мировом рынке товарами в разобранном виде.
7. Трансформация восприятия границ международного рынка продовольственных товаров.
8. Профильные этапы подготовки и оформления внешнеторговой сделки.
9. Непоследовательность исполнения внешнеторговых сделок.
10. Алгоритм реализации внешнеторговой сделки.
11. Интеллектуализация международной торговли.
12. Цифровизация международной торговли.
13. ESG – тренд как драйвер развития Российской экономики. Социальная ответственность международных компаний при осуществлении трансграничной деятельности.

Примерные задания для 3–го вопроса в билете:

1. Задача: В рамках осуществления внешнеторгового контракта, заключенного на базисных условиях CFR (контрактная стоимость товара составляет 2481557.19 китайских юаня; стоимость фрахта – 22540 долл США., курс доллара по ЦБ РФ на момент совершения сделки составлял 98,55 руб., курс китайского юаня по курсу ЦБ РФ составлял 13.89 руб., сумма банковской комиссии за оплату составила 8% от суммы экспортного контракта, с учетом всех комиссий банков–посредников). При этом Покупателю необходима доставка до своего склада.

Задание:

1. Дайте характеристику международному коммерческому торговому термину CFR.
2. Рассчитайте суммы банковской комиссии для внешнеторгового контракта.
3. Продемонстрируйте навыки расчета итоговой суммы контракта при реализации международного договора купли–продажи товаров в рублях.
4. Распределите расходную часть контракта между Покупателем и Продавцом с учетом доставки до склада Покупателя

2. Кейс. В рамках реализации внешнеторгового контракта на базисных условиях CIF убытки по страховому возмещению составили 23000 тыс. у.е. Франшиза, предусмотренная договором страхования между грузоотправителем и страховой компанией – 13 %

Задание:

1. Раскройте понятие франшиза
2. Продемонстрируйте навыки осуществления расчета доли страхового возмещения при реализации внешнеторгового контракта, которую получит грузовладелец.

3. Кейс В апреле 2023 года партия товара, следовала на транспортном средстве из Республики Куба через Киргизию в Российскую Федерацию. Согласно документации грузоотправителем товара из Республики Куба является LLS Una Porta. Перевозчиком указанной товарной партии является ООО «Трансгруз» В свою очередь, покупателем товара является российское юридическое лицо ООО «ОТКР»

Перемещаемый товар – 88 штук двигателей внутреннего сгорания MotoJapan LLC (далее – ДВС). В товаросопроводительных документах представлены сведения о таможенном декларировании ввозимой партии товаров было указано, что товар был произведен в Киргизии, но не указано, что производителем или правообладателем товарного знака является грузоотправитель, равно как и отсутствует разрешение на ввоз и последующую перепродажу от правообладателя.

При пересечении государственной границы России – Киргизия товар был остановлен и арестован. В качестве обоснования своей позиции сотрудники таможи указали, что отсутствуют документы подтверждающие что товар был произведен на территории ЕАЭС и нет документов подтверждающих оплату таможенных пошлин, кроме прочего, что перемещаемый товар был без оригинальной упаковки и визуально не соответствовал признакам качественной продукции.

LLS Una Porta и ООО «Трансгруз» не отрицали, тот факт, что не являются производителями товара и что не имеют разрешения от правообладателя, однако не считают, что нарушили правила ввоза грузов на территорию ЕАЭС, так как сборка ДВС производится на территории Киргизии по заказу ООО «ОТКР» и на момент пересечения границы действовало постановление Правительства РФ от 29 марта 2023 г. № 506, которое разрешало ввоз оригинальных товаров параллельным импортом в соответствии с перечнем разрешенных для такой перевозки товаров.

Вопросы:

1. Что вы можете сказать про позицию каждой из сторон спора?
2. Является ли товар контрабандой, как утверждает Таможенная служба?
3. Предложите решение, которое поможет доказать или опровергнуть позицию одной из сторон.

«Маркетинговые коммуникации»

Вопросы:

14. Корпоративная идентичность: структурные элементы
15. Планирование маркетинговых коммуникаций: алгоритм действий.
16. Оценка результативности PR–деятельности компании.
17. Модели и современный инструментарий медиапланирования.
18. Разработка стратегии персонального брендинга.

Примерные задания (фрагмент):

4. Ситуационная задача. Упаковка бизнес–идеи: продумайте процедурную логику упаковки бизнес–идеи и заполните представленную таблицу.

Элемент «упаковки» идеи	Описание элемента
Суть идеи (продукта или проекта)	
На каких трендах базируется идея?	
Какие ценности транслирует/реализует продукт или проект?	
Портрет потребителей (для кого? базовые «маркеры») могут быть как внешние, так и внутренние потребители (любые стейкхолдеры)	
В каких ситуациях в личной или профессиональной сфере у потребителей возникнет потребность в продукте или проекте?	
Какие проблемы и задачи потребителей поможет решить продукт или проект?	
Какие выгоды потребители получают от продукта или проекта?	
Какие сомнения могут быть у потребителей при выборе?	
Как развеять эти сомнения?	
Какие есть альтернативы для решения проблем и получения выгод?	
В чем отличие продукта или проекта от альтернатив?	
В чем преимущества продукта или продукта по сравнению с альтернативами?	
В чем продукт слабее альтернатив? Почему его будут покупать даже при наличии недостатков?	
Скорость реализации идеи (запуска продукта или проекта)	
Количество потребителей, которым может быть интересен продукт или проект	
Простота копирования идеи конкурентами	
Вклад идеи (продукта или проекта) в развитие компании	
Почему руководство компании должно поверить в идею (продукт или проект)?	

6. Разработка CJM компании со специализацией по правильному питанию и ЗОЖ, используя следующий алгоритм: возникновение потребительского запроса клиента в правильном питании, поиск информации, выбор сервиса доставки, выбор категории меню, покупка, доставка, повторная покупка, рекомендации друзей. При необходимости применяйте следующие метрики: мотивация персонажа, действия персонажа, точки контакта с компанией, проблемные зоны, чувства и эмоции клиента.

7. Презентация продающего текста по бизнес-идеи компании: цель, целевая аудитория, проблемные зоны, конкурентные преимущества продукта или услуги, возможные потери, предполагаемые сомнения и возражения клиентов.

8. Монетизация эмоционального капитала и презентация его клиентам: современный инструментарий. Для стабильного экономического успеха компании важно накапливать корпоративный эмоциональный капитал – уверенность в своей команде, оптимизм, стратегическую гибкость, способность находить необходимые организационные ресурсы, проактивность, т. е. все то, что компания может продавать своим клиентам в виде эмоций, ценности, полезности и особых впечатлений. Эмоциональный капитал – это серьезный бизнес-актив компании, помогающий ей привлекать и удерживать ценных сотрудников, стимулировать и поощрять креативные идеи и инновации, вовлекать персонал в интересные корпоративные проекты и программы, создавать «лучшее место работы» для своих сотрудников. Обсудите в аудитории и предложите идеи по накоплению и монетизации эмоционального капитала компании, в которой вы работаете. Каким образом предложенные идеи можно визуализировать и презентовать руководству организации и целевой аудитории?

9. Проведите аудит бренда организации, в которой вы работаете, по следующим метрикам:

- ✓ специфика отрасли и стратегические позиции компании в целевом рыночном сегменте;
- ✓ формат визуальных коммуникаций;
- ✓ выбор по поисковым запросам на различных онлайн-ресурсах;
- ✓ степень упоминания в СМИ и количество комментариев;
- ✓ потребительские запросы и ожидания сотрудников компании, уровень их лояльности и вовлеченности в решение бизнес-задач;
- ✓ оценочные суждения ваших коллег;
- ✓ стиль взаимодействия руководства компании с ее персоналом;
- ✓ ключевые атрибуты, стилевые и визуальные решения бренда.

По возможности проведите повторный аудит бренда через полгода, определив текущее и желаемое состояние дел, и продумайте форматы интегрированных маркетинговых коммуникаций с целевой аудиторией.

«Технологии продаж в розничной торговле»

Вопросы:

19. Этапы классической продажи в розничной торговле.
20. Мерчандайзинг: сущность, виды и правила.
21. Лояльность в розничной торговле: понятие, типы потребительской лояльности.
22. Применение CRM – решений в розничной торговле.
23. Индекс потребительской лояльности NPS: понятие, методика расчета, недостатки.

Примерные задания для 3-го вопроса в билете:

9. Разработайте скрипт на основе модели AIDALA для продавца-консультанта магазина бытовой техники и радиоэлектроники. Если известно, что в 2024 году одной из основных целей, поставленных перед сотрудниками магазина «Техника для ВАС»,

является увеличение доли лояльных покупателей магазина на 5 процентов за год. Объектом продажи являются мобильные телефоны китайского производителя ZZZ, которые начали продавать на российском рынке только в 2023 году. Торговая сеть «Техника для ВАС» стала эксклюзивным дистрибьютором компании ZZZ в России.

10. Торговая сеть «На связи» специализируется на продаже мобильных телефонов, планшетов, ноутбуков, фотокамер и сопутствующих товаров. Руководство торговой организации поставило перед руководителем отдела продаж задачу – увеличение объема продаж смартфонов Razer Phone. Это первый «игровой» смартфон на рынке, который ориентирован на аудиторию геймеров. Конкурентным преимуществом этого смартфона является 5,7-дюймовый дисплей, который позволяет обеспечить предельно плавную картинку при воспроизведении любого контента. Цена Razer Phone составляет 700 долларов. Опишите цели и задачи плана по стимулированию сбыта смартфонов Razer Phone по двум категориям: клиенты и персонал организации. Сформулируйте уникальное торговое предложение смартфона Razer Phone.

11. «Одежда нового поколения» – компания, применяющая стратегию мультиканальных продаж: через сеть розничных магазинов (35 торговых объектов в Москве и Московской области), а также посредством мобильного приложения и интернет-магазина. По результатам анализа деятельности компании было выявлено, что у компании отсутствуют достоверные систематизированные данные о покупателях. Руководство приняло решение внедрить CRM – решение. Дайте рекомендации по внедрению CRM-решения в деятельность компании «Орхидея». Определите факторы, которые будут влиять на выбор CRM. Ответ обоснуйте.

«Digital маркетинг»

Вопросы:

24. Контекстная реклама (виды, принципы показа, составление рекламных объявлений).
25. Маркетинг в социальных сетях. Инструменты продвижения и возможности.
26. E-mail-маркетинг.
27. Медийная реклама Понятие и функции медийной рекламы. Основные виды медийной рекламы.
28. Контент-маркетинг.
29. Управление цифровой репутацией в интернете. Управление репутацией в поисковой выдаче.
30. Семантическое ядро. Запросы и их виды. Частотность запросов.

Примерные задания для 3-го вопроса в билете:

Задача 12.

По данным, представленным в таблице 1, рассчитайте показатели эффективности e-mail маркетинга: доставляемость, показатель отказов, открываемость, коэффициент конверсии и отписок.

Таблица 1. Исходные данные для расчетов показателей e-mail-маркетинга

Показатели Ед.в месяц

Количество отправленных писем 2800

Количество писем с ошибкой доставки 200

Количество открытых писем 225

Количество писем с переходами по ссылкам 100

Количество посетителей, совершивших конверсию 27

Количество отписавшихся 46

Задача 13.

В одном из сообществ социальной сети с общим числом подписчиков 449, количество новых подписчиков за последние 3 месяца составило 70 человек. За это же время сообщество покинуло 13 подписчиков.

Вычислите динамику роста аудитории, предварительно определив ее чистый прирост.

Задача 14.

1) Бюджет на размещение контекстной рекламы по запросу «покупка садовой мебели» составил 50000 руб. в месяц. По рекламному объявлению кликнуло 5500 человек. Рассчитайте стоимость клика по объявлению.

2) В качестве продвижения на одном из сайтов была размещена баннерная реклама. В течение месяца на рекламу кликнули 400 пользователей, показ рекламы составил 2000 раз. Какова эффективность размещенной рекламы?

Задача 15.

Стоимость размещения баннерной рекламы интернет-магазина комнатных цветов на одном из сайтов составляет 800 руб. в день. Период размещения баннерной рекламы запланирован на 5 недель, за которые сайт посетило 7300 пользователей. Рассчитайте стоимость рекламы за 1000 показов за указанный период.

Задача 16.

1) В контекстной рекламе и поисковому продвижению задействовано 3 объявления с общим бюджетом – 90 000 руб.

Расходы на каждое из них составило 30 000 руб., доходы с первого составили – 100 000 руб., второе – 50 000 руб., третье – 35 000 руб.

Подсчитайте ROAS (окупаемость затрат на трафик) для каждого объявления.

2) Общий доход от маркетинга составляет 500 000 руб., затраты на поисковое продвижение и контекстную рекламу составляют 200 000. Определите коэффициент ROMI, сделайте выводы.

«Маркетинговые исследования»

31. Архетипы в маркетинге.
32. Нейромаркетинг: сущность, методы и инструменты.
33. Креативная деятельность и маркетинговые исследования
34. Маркетинговый анализ сегментов и целевых рынков.
35. Кросс-культурный маркетинг

«Ценообразование»

36. Исследования психологических порогов восприятия цены: характеристика, особенности применения, преимущества и недостатки
37. Условия, цели и степени ценовой дискриминации
38. Этапы, задачи и факторы ценообразования
39. Нижний и верхний предел цены: смысл и особенности установления
40. Скидки: плановые и тактические

Примерные задания (фрагмент):

17. Кейс. Антидемпинговая сосиска.

Идея проекта: Можно ли увеличить продажи продукта, ни на рубль не снижая его цену? Нужно придумать интересный подход к продаже.

Заказчик: ТМ «Йола», ЗАО «Йошкар–Олинский Мясокомбинат» г. Йошкар–Ола

Исполнитель: ЗАО «Рекламное агентство «Рембренд», г. Казань

Ситуация на рынке:

– В мае один из поставщиков торговой сети «Эдельвейс» провел акцию по скидке на сосиски, снизив цену продукции до 70 рублей за килограмм. При этом акцию сопровождала TV-реклама и размещенные на входных дверях торговых точек постеры.

– Ценовая политика сливочных сосисок ТМ «Йола» при этом составляла 123 рубля 90 копеек за килограмм.

– Покупатели сети магазинов «Эдельвейс» – среднего и ниже среднего достатка – быстро отреагировали на снижение цены и в результате продажи сосисок ТМ «Йола» значительно сократились.

– В этих условиях рекламному агентству «Рембрэнд» было предложено разработать комплекс мероприятий, направленных на увеличение объема продаж, но, по возможности, обойти такой инструмент, как скидка.

– Разработанный и внедренный комплекс мероприятий дал следующие результаты: увеличение объемов продаж в торговой сети «Эдельвейс» сливочных сосисок ТМ «Йола» за период проведения акции: июнь, июль, август, составило 700% (сведения об увеличении продаж предоставлены ЗАО «Йошкар–Олинский мясокомбинат» и ЗАО ТК «Эдельвейс»).

– Какие действия могла предпринять компания?

18. Кейс . Установление цены.

Цена, \$	Уже имеют продукцию Apple, %	Не имеют, %
450	–	100
500	100	80
550	85	60
600	70	40
650	65	35
700	55	30
750	50	25
800	40	20
850	30	15
900	20	10
950	10	–

В таблице представлены результаты ценового исследования, в ходе которого респонденты двух сегментов (уже пользующиеся продуктами Apple и не имеющие таких продуктов) отвечали на вопрос: «Сколько Вы согласны заплатить за новый iPad?» Во втором и третьем столбцах таблицы указан процент респондентов, согласных купить гаджет по указанной цене.

Предположим, что полная себестоимость единицы равна 300\$. Желаемая маржа – 50%.

1. Какова была бы цена, если бы компания использовала метод «затраты+» и не проводила ценового исследования?

2. Какие результаты с точки зрения выручки и валовой прибыли получит компания в сегменте пользователей продуктов Apple, если она использует затратный метод ценообразования, а потенциальная потребительская аудитория сегмента за этот период составит 1 млн человек?

3. Какие результаты с точки зрения выручки и валовой прибыли получит компания в сегменте не имеющих продуктов Apple потребителей, если она использует затратный метод ценообразования, а потенциальная потребительская аудитория сегмента составит 1 млн человек?

4. Какую нужно установить цену с ориентацией на пользователей продуктов Apple, если результаты исследования будут приняты во внимание? Какую выручку и прибыль получит компания в этом сегменте?

5. Какие результаты (выручка, валовая прибыль) принесет цена, установленная с ориентацией на пользователей продуктов Apple, для сегмента не имеющих к данному моменту продуктов Apple потребителей?

6. Какую в итоге цену необходимо установить при выводе на рынок нового iPad?

«Трейд-маркетинг»

Вопросы:

41. *Push* и *Pull* стратегии продвижения в торговом маркетинге. Укажите активности различные и общие для обеих стратегий. Укажите области приложения активностей на примере операторов произвольной цепи поставок.

42. Перечислить и провести сравнение атрибутов, свойственных сделке (покупке) в форме бизнес–взаимодействий B2B и B2C в аспекте следующих критериев:

- a. Количество лиц принимающих решение
- b. Скорость принятия решения
- c. Частота спроса
- d. Роль продавца в покупке
- e. Качество базы данных клиентов
- f. Стоимость

43. Обязанности операторов внутри цепей поставок B2B и B2C (цепь поставок выбрать самостоятельно). Укажите стадии производства, дистрибуции и потребления в данных цепях, а также функционал и обязанности каждого оператора. Перечислите этапы цепочки поставок, добавляющих стоимости (add value) конечному продукту

44. Понятие *Marketing ROI* (возврат инвестиций) как ключевого индикатора эффективности маркетинговых затрат. Формула ROI и её вариации для расчёта по торговым каналам и по общим затратам на маркетинг.

45. Основные физические и цифровые инструментов Торгового маркетинга. Опишите примеры активностей, входящих в каждый инструмент.

Примерные задания (фрагмент):

Кейсы:

19. Компания «Белочка» по производству елочных и новогодних украшений давно присутствует на рынке и является признанным игроком в своей области. Имеет опыт продаж на маркетплейсах в России и за рубежом, а также опыт участия в российских и международных выставках. Распишите шаги планирования стратегии рекламной кампании (3 основных шага) с учётом ROI на основе физических и цифровых инструментов ТМ с учётом следующих условий:

- a. Цель кампании: поддержать продажи новой премиальной коллекции игрушек, запущенной в этом году
- b. Время проведения Ноябрь–Декабрь
- v. Необходимо достичь целей по продажам
- г. Задействовать доступные каналы продаж и коммуникации

20. Компания «Строймикс» является производителем красок, клеев и герметиков, которые продаются, кроме прочих каналов, в розничной сети магазинов стройтоваров «Лермен». Сеть магазинов заказала у «Строймикса» партию в 100000 тюбиков клея «Изи–глю» весом 200 г каждый. Данный клей является новой маркой компании «Строймикс». Сеть «Лермен» отказывалась покупать новый клей без поддержки рекламой и «Строймикс» вложил в рекламу данного клея в разных каналах коммуникации.

По условиям договора, компания «Строймикс» доставляет партию товара собственным транспортом на склад сети «Лермен». Далее, он будет распределён по магазинам сети уже собственным транспортом Лермена.

Особенность сети «Лермен» – отсутствие складов в магазинах. Весь товар сразу выставляется в торговый зал и расходы на хранение в магазине отсутствуют. Это позволяет сети магазинов держать цены на продукцию ниже рыночных розничных цен.

Клей «Изи–Глю» производится на основе специальной смолы, компоненты которой привозятся из Китая и смешиваются в ООО «Чайна–Пласт». Данная компания является поставщиком смоляных смесей для производителей клеев и герметиков. Для доставки смолы производителям компания «Чайна–Пласт» также использует собственный автомобильный парк. Таким образом, цепочка поставок в розницу выглядит так:



Задача: Подсчитать розничную цену клея «Изи–Глю» на полке «Лермен» с учётом следующих факторов:

- Стоимость сухих компонентов для создания смолы–основы для клея с учётом их привоза из Китая составляет **200000 руб** за тонну.
- Себестоимость переработки смеси сухих компонентов в смолу–основу в компании «Чайна-пласт» для герметика составляет **40000 руб.** за тонну
- Наценка, по которой ООО «Чайна-пласт» работает с компанией «Строймикс» составляет **15%**
- Стоимость доставки необходимой партии смолы–основы автомобилем от «Чайна-пласт» на производство «Строймикс» составляет **30000 руб.**
- Смола-основа для клея составляет **80% веса от состава конечного продукта – клея.** На производстве в неё добавляют загустители, отвердители и т.п.
- Себестоимость производства заказанной партии герметика в компании «Строймикс» составляет **400000 руб** (и включает также затраты на дополнительные компоненты, упаковку в тубики и др.)
- На рекламу нового клея компанией «Строймикс» был затрачен рекламный бюджет в **300000 руб.**
- Наценка компании «Строймикс» на готовый клей для сети «Лермен» составляет **25%**
- Доставка на распределительный узел сети «ЛерЛен» транспортом компании «Строймикс» обойдётся производителю герметика в **40000 рублей.**
- Хранение и разгрузка–погрузка продукции на складе–распределительном узле сети «ЛерЛен» обойдётся сети магазинов в **200000 руб.**
- Наценка в розничном магазине сети «ЛерЛен» составляет **50%**

21. Компания-стартап «Мир чая», выходит на рынок с 12–ю сортами премиальных сортов чая с разными добавками. Компании необходимо проработать стратегию выхода на рынок в разных каналах дистрибуции. На рынке уже есть посредники, работающие с похожим товаром. Руководство компании готово к экспериментам и нестандартным подходам к продажам в разных торговых каналах, как офлайн так и онлайн. Кроме того, руководство считает торговый маркетинг полезным инструментом поддержки продаж и готово выделить требуемый бюджет. Ваша задача – разработать стратегию запуска, и в частности:

1. Проанализировать, выбрать и обосновать каналы дистрибуции, а также торговые каналы для запуска (с указанием плюсов и минусов)
2. Предложить ТМ активности в указанных каналах с учётом доступных инструментов. Провести первичную оценку стоимости данных активностей и сравнительной эффективности.
3. Проанализировать возможности составления базы покупателей через предложенные каналы сбыта с учётом затрат на составление таких баз, обосновать свои выводы.

Дисциплина «Теоретические основы товароведения»

Вопросы:

1. Товароведение: основные понятия, цели, предмет, объекты, принципы товароведения и функции товаров.
2. Классификация как метод товароведения: понятие; объекты классификации; классификационные признаки и группировки. Классификация продовольственных и непродовольственных товаров на однородные группы.
3. Характеристика методов классификации в товароведении: иерархический и фасетный. Их преимущества и недостатки.
4. Классификация ассортимента товаров на классификационные группировки разных уровней. Классификаторы: понятие, назначение и виды.
5. Кодирование товаров в товароведении: понятие и назначение. Структура кода. Методы кодирования: понятия, их преимущества и недостатки.
6. Ассортимент товаров: понятие, классификация, свойства и показатели.
7. Управление ассортиментом товаров: понятие и цели, структура. Ассортиментная политика коммерческой организации: понятие; основные направления и обоснование их выбора. Формирование ассортимента: понятие, факторы.
8. Качество товаров: понятие. Свойства и показатели качества: понятие и их классификация.
9. Оценка качества товаров: понятие, назначение, этапы. Градации качества по назначению и соответствию. Градации качества стандартной продукции. Дефекты, выявляемые при оценке качества; их классификация и краткая характеристика.
10. Номенклатура потребительских свойств и показателей качества. Краткая характеристика групп и подгрупп потребительских свойств, входящих в номенклатуру.
11. Количественные характеристики товаров: виды, их характерные признаки. Выборочный контроль товарных партий: выборки, пробы и их виды. Требования к ним. Методы отбора. Приемочные и браковочные числа.
12. Идентификация и «прослеживаемость» товаров: понятие, назначение, виды и разновидности идентификации.
13. Фальсификация товаров: понятие, виды, признаки товаров, используемых при фальсификации. Понятие о контрафактных товарах. Последствия обнаружения фальсификации. Правовая база.
14. Факторы, формирующие товароведные свойства: их краткая характеристика
15. Упаковка товаров: понятие, назначение, функции, требования, предъявляемые к ней. Классификация видов упаковки.
16. Хранение товаров: понятие, назначение. Условия хранения: понятие, структура.
17. Технологии хранения товаров: понятие, классификация, краткая характеристика методов.
18. Режимы хранения – понятие и виды режимов: климатический и санитарно-гигиенический, их понятие. Показатели этих режимов, их краткая характеристика по влиянию на качество и количество товаров. Оптимальный режим хранения товаров.

19. Сроки сохраняемости товаров: понятие, классификация. Характеристика сроков годности, хранения и реализации. Существующая нормативно–правовая база по срокам годности.

20. Классификация товаров по срокам сохраняемости. Краткая характеристика товаров разных по сохраняемости групп. Понятие срока службы товаров и гарантийных сроков.

21. Размещение товаров: понятие, назначение. Принципы, правила и показатели размещения товаров. Характеристика способов размещения товаров.

22. Товарные потери: понятие, виды и разновидности. Причины возникновения потерь и порядок списания. Меры предупреждения или сокращения.

23. Товарная информация: понятие, назначение. Виды, формы, средства: их краткая характеристика. Нормативно–правовая база. Требования к товарной информации.

24. Маркировка товаров: понятие, назначение, функции, виды, структура. Характеристика существующей нормативно–правовой базы.

25. Информационные знаки: понятие, назначение, классификация. Товарные знаки: понятие, назначение, виды. Нормативно–правовая база в области товарных знаков и их охраны.

Примерные задания (фрагмент)

Ситуационные задания

1. В магазине «Продукты» структура ассортимента характеризовалась следующими данными:

Действительная полнота	200 видов
Базовая полнота	250 видов
Действительная глубина	1000 торговых марок и их модификаций
Базовая глубина	1500 торговых марок и их модификаций
Товары устойчивого ассортимента	150 позиций
Товары нового ассортимента	100 позиций

Рассчитайте коэффициенты полноты, глубины, устойчивости, новизны и рациональности, если коэффициенты весомости равны: полноты – 0,4; глубины – 0,3; устойчивости – 0,2; новизны – 0,1. Дайте рекомендации руководству магазина по совершенствованию ассортимента.

2. Роскачество провело веерное обследование в магазинах майонеза. Обследовано 27 образцов. В результате проведенных исследований установлено, что в 11 образцах было обнаружено 5 образцов с перекисным числом 12 мэкв/кг; 6 образцов с резкокислым вкусом, 10 образцов с наличием консервантов при этом на маркировке было указано, что консерванты отсутствуют. Кроме того, на маркировке указан информационный знак – ЕАС. Остальные образцы отвечали требованиям действующего стандарта, из них 3 образца – требованиям стандартов Роскачества. Согласно ТР ТС 024/2011 «Технический регламент на масложировую продукцию» предельное значение перекисного числа не более 10 мэкв/кг.

Какие из образцов могут быть допущены к реализации? Какие должны быть признаны фальсифицированной продукцией и почему? Скольким образцам майонеза может быть присвоен «Знак качества» и что это дает их производителям? Ответы аргументируйте на основании федеральных законов и ТР ТС 024/2011?

3. Роскачество проверил 10 образцов сливочного масла. Дата отбора образцов 18.05.2024. Получены следующие результаты:

– 3 образца имели массовую долю жира в пределах 78–80%, причем на маркировке была указана жирность 82,5%;

– 2 образца имели прогорклый запах;
– 3 образца отвечали требованиям действующего ГОСТ Р, но срок годности был указан до 16.05.2024.

– остальные образцы отвечали требованиям безопасности и стандарта Роскачество.

Дата проведения испытаний 21.05.2024.

Какие из обследованных образцов могут быть реализованы? Какие должны быть признаны фальсифицированными и какой вид фальсификации? Каким образцам может быть присвоен знак качества?

4. В магазин 1. 12. 23. поступила товарная партия яблок зимних сортов массой 1т. В течение недели яблоки были реализованы в количестве 950 кг При подготовке к реализации за этот период было отсортировано 20 кг загнивших плодов.

Рассчитайте естественную убыль, сверхнормативные потери и активируемые потери яблок в магазине. Укажите причины их возникновения и порядок их списания.

5. В продовольственный магазин «Пятерочка» поступила партия яблок массой 2 т в упаковках массой 20 кг каждая. При приемке были отобраны точечные и объединенные пробы, проведена сортировка объединенной пробы. Результат разбраковки: 1.5 кг загнивших плодов и 3 кг плодов с нажимами более 5 кв. см.

Рассчитайте количество упаковочных единиц в товарной партии. Определите размер выборки, точечных и объединенной пробы. Установите качество товарной партии по результатам рассортировки объединенной пробы. Какое решение должен принять приемщик по качеству по поступившей товарной партии?

Дисциплина «Экономика организации»

Вопросы:

1. Малый бизнес, условия признания, преимущества и ограничения, поддержка малого бизнесам в РФ

2. Совокупность экономических ресурсов коммерческой организации: капитал и трудовые ресурсы.

3. Основные фонды и основные средства коммерческой организации: сущность, классификация.

4. Товарные запасы: виды товарных запасов, способы определения величины отдельных видов товарных запасов.

5. Планирование деятельности торгового предприятия. Виды планов, подходы к планированию, основные принципы планирования.

6. Экономический анализ на торговом предприятии. Виды анализа. Требования к экономическому анализу.

7. Ценообразование и ценовая политика коммерческой организации.

8. Затраты, расходы и издержки коммерческой организации. Классификация расходов условия признания расходов.

9. Финансовые результаты деятельности: доходы коммерческой организации: источники, анализ и планирование.

10. Прибыль, виды прибыли, формирование, распределение и использование прибыли коммерческой организации.

1. Проведите сравнительный анализ структуру оборотных средств двух предприятий

по следующим данным:

Элементы оборотных средств	Предприятие 1		Предприятие 2	
	Сумма, млн руб.	Структура, %	Сумма, млн руб.	Структура, %
Производственные запасы	94,70		94,92	
Незавершенное производство	16,15		27,64	
Расходы будущих периодов	134,15		5,32	
Готовая продукция	17,65		30,02	
Прочие	87,35		62,1	
Итого	350		220	

2. Определите по торговому предприятию на планируемый год сумму оборотных средств и их оборачиваемость на основе следующих данных:

– В отчетном году оборот розничной торговли составил 35200 тыс.руб., а оборачиваемость оборотных средств – 26 дней.

– В планируемом году оборот возрастет на 20%. Предполагается обеспечить 65 % оборота за счет повышения эффективности использования оборотных средств.

3. Рассчитайте плановый объем товарооборота организации розничной торговли на основе следующих данных:

– В отчетном году оборот розничной торговли района, в котором расположена торговая организация, составил 986 700 т.руб., с том числе оборот организации торговли – 45 000 т.руб.

– По данным анализа за последние 3 года:

среднегодовой темп прироста оборота района составил 18%

среднегодовой темп прироста денежных доходов населения – 15%

– В планируемом году прогнозируется рост суммы денежных доходов населения на 16%.

– На основе анализа поведения конкурентов предприятие считает возможным увеличение своей доли в обороте района на 0,4% пункта.

4. Проведите расчет заработной платы при повременной оплате труда на основе следующих данных:

Оклад (месячная тарифная ставка) менеджера логистического терминала составляет 75000 руб.

Рассчитайте заработную плату, начисленную за июнь 2024 года, с учетом того, что с 10.06.2024 по 14.06.2024 он находился в отпуске за свой счет.

Сколько менеджер получит после уплаты НДФЛ?

Сколько составят затраты организации с учетом обязательных отчислений (Страховые взносы в фонды обязательного страхования 30%)?

5. Рассчитайте остаточную стоимость и коэффициент износа объекта основных фондов – холодильной установки – при линейном и ускоренном способах амортизации.

Исходные данные:

- первоначальная стоимость холодильника – 260 тыс.руб.;
- срок полезного использования – 8 лет,
- срок фактической эксплуатации – 3 года

6. Определите долю прироста оборота розничной торговли за отчетный период по сравнению с предыдущим годом за счет экстенсивных и интенсивных факторов в использовании торговой площади на основе данных таблицы.

Показатели деятельности предприятия торговли (тыс.руб)

№	Показатели	Ед.измер	Предшеств. год	Отчетный год
1	Оборот розничной торговли	Тыс.руб.	25 600,0	32 000,0
2	Среднегодовая торговая площадь	Кв.м.	340	360

6. Рассчитайте:

- стоимость основных фондов торгового предприятия на конец года,
- темп прироста стоимости основных фондов за год,
- коэффициент обновления, коэффициент выбытия, коэффициент износа и коэффициент годности основных фондов

– среднегодовую стоимость основных фондов

– на основе следующих данных:

– Стоимость основных фондов на начало года – 6120 тыс.руб., сумма начисленного износа к началу года – 1680 тыс.руб. За отчетный год амортизационные отчисления составили 460 тыс.руб.

– Данные о движении основных фондов в отчетном году:

– Ввод: с 1 марта – 51 тыс.руб., с 1 октября – 72 тыс.руб.

– Выбытие: с 1 апреля – 22 тыс.руб., с 1 июля – 25 тыс.руб.

Найдите подтверждение негативной тенденции

7. На основе следующих данных по торговому предприятию за отчетный период:

– Оборот 38 100 тыс.руб.

– НДС и др. налоги 5557,6 тыс.руб.

– Стоимость товаров в ценах закупки 24 678,1 тыс.руб.

– Издержки обращения 6672,6 тыс.руб.

– % к получению 60 тыс.руб.

– % к уплате 180 тыс.руб.

– Доходы от участия в других организациях 50 тыс.руб.

– Доходы от реализации имущества 84 тыс. руб.

– Доходы от сдачи в аренду 70 тыс.руб.

– Штрафы полученные 65 тыс.руб.

– Штрафы уплаченные 15,2 тыс.руб.

– Сумма дебиторской задолженности, по которой истек срок 10 тыс.руб.

– Налог на прибыль и аналогичные платежи с учетом льготного режима налогообложения и действия муниципальной программы поддержки – 328,9 тыс.руб.

определить следующие финансовые результаты деятельности:

– Выручку от продажи товаров (без НДС)

– Прибыль от продажи товаров

– Прибыль до налогообложения (валовую)

– Чистую прибыль предприятия

Дисциплина «Правовое регулирование профессиональной деятельности»

Вопросы:

1. Способы и порядок создания субъектов коммерческого права.
2. Правовая охрана собственности. Право собственности и иные вещные права субъекта предпринимательства.
3. Правовые отношения субъектов коммерческой деятельности с органами государственной власти и управления. Государственное обеспечение предпринимательской деятельности.
4. Виды договоров, регламентирующих коммерческую деятельность.

Дисциплина «Статистика»

Вопросы:

1. Сущность и классификация статистических показателей.
2. Виды абсолютных величин, их значение и способы получения.
3. Виды относительных величин, их значение и способы получения.
4. Средние величины в статистике (степенные и структурные).
5. Классификации и группировки. Ряды распределения.
6. Понятие вариации. Абсолютные и относительные показатели вариации.
7. Характеристики формы распределения. Виды и свойства дисперсий. Закон сложения дисперсий. Дисперсия альтернативного признака.
8. Понятие корреляционной связи. Основные этапы проведения парного корреляционного анализа.
9. Многофакторный корреляционный анализ: этапы проведения.
10. Показатели тесноты корреляционной связи.
11. Статистическая выборка. Методика проведения и ошибки выборки.

Примерные задания (фрагмент):

Задача 1.

Имеются следующие данные о процентной ставке ряда коммерческих банков по потребительским кредитам в рублях сроком на 3 года (в %):

20,4 18,1 13,2 11,0 18,5 17,3 19,6 23,6 17,5 26,0

12,3 14,1 16,4 16,7 15,0 21,1 18,0 14,6 22,4 13,9

Представьте данные в виде интервального ряда, объединив их в некоторое число групп, рассчитав их количество по формуле Стерджесса.

Проверьте статистическую совокупность на однородность.

Задача 2.

На заводе, где число рабочих составляет 1000 человек, было проведено выборочное обследование возраста рабочих. Методом случайного бесповторного отбора было отобрано 50 человек. Результаты обследования, следующие:

Возраст рабочих	Число рабочих
25	8
35	22
45	10
55	6
65	4
Итого	50

С вероятностью 0,997 определите предел, в котором находится средний возраст рабочих завода.

Задача 3.

Необходимо провести перегруппировку данных (в табл.), образовав следующие новые группы (5 групп) с интервалами:

до 15,0 15,0–30,0 30,0–45,0 45,0–60,0 60,0–75,0

по данным о распределении количества договоров по величине прибыли, заключенных турфирмой.

№ группы	Группы договоров по величине прибыли, тыс. руб.	Число договоров, ед.
1.	10,0– 20,0	140
2.	20,0–30,0	120
3.	30,0–40,0	170
4.	40,0–50,0	110
5.	свыше 50	100
Итого		640

Задача 4.

Имеются сведения о среднегодовой стоимости основных средств и величине выручки-нетто от продажи продукции по пяти предприятиям Нижегородской области области.

Среднегодовая стоимость основных средств и выручка от продажи продукции промышленных предприятий

Предприятие	Среднегодовая стоимость основных средств, млн руб.	Выручка-нетто от продажи продукции, млн руб.
1	398	289
2	412	283
3	432	285
4	458	401
5	526	414

1. определите вид корреляционной зависимости между среднегодовой стоимостью основных средств и объемом выручки от продажи продукции;
2. постройте соответствующее уравнение связи;
3. определите тесноту связи при помощи исчисления линейного коэффициента корреляции;
4. определите тесноту связи при помощи исчисления индекса корреляции.

Задача 5.

Имеются сведения о среднесписочной численности персонала и выручке-нетто от продаж по четырнадцати торговым организациям Центральной России за отчетный год.

Среднесписочная численность персонала и выручка-нетто от продаж торговых организаций

Торговая организация	Среднесписочная численность персонала, чел.	Выручка-нетто от реализации, млн руб.
1	2	3
1	100	45
2	180	60
3	310	110
4	340	110
5	360	200
6	400	120
7	500	200
8	580	200
9	600	260
10	620	210
11	700	330
12	760	280
13	800	360
14	910	480

Для изучения взаимосвязи между показателями произведите следующие операции:

1. определите тесноту связи при помощи исчисления коэффициента знаков Фехнера;
2. определите тесноту связи при помощи коэффициента корреляции рангов (коэффициента Спирмена);
3. определите тесноту связи при помощи рангового коэффициента корреляции Кендалла.

Задача 6.

Объем продаж четырьмя торговыми организациями города М характеризуется данными, представленными в таблице

Объем продаж торговой организации города М.

Торговая организация	Объем реализации, тыс. руб.		
	2023 г.	2024 г.	
	факт	план	факт
1	30 880	39 320	39 580
2	22 500	22 860	23 120
3	19 320	19 740	20 240
4	70 400	76 410	83 450

Определите для каждой типографии и по всем типографиям вместе относительные величины:

1. планового задания на 2024 г.;
2. выполнения плана за 2024 г.;
3. изменения фактического выпуска продукции в 2024 г. по сравнению с 2023

г.

Задача 7.

Стоимость основных средств торговой организации по состоянию на 31.12.2023 характеризуется следующими данными (тыс. руб.):

Здания	75 500
Сооружения	7900
Рабочие машины и оборудование	121
	200
Транспортные средства	13 450
Прочие основные средства	8650

На основе имеющихся данных определите:

1. структуру основных средств торговой организации по состоянию на 31.12.2023;
2. соотношение между рабочими машинами и оборудованием и другими видами основных средств по состоянию на 31.12.2023.

Дисциплина «Маркетинг»

Вопросы:

1. Поисковые и итоговые маркетинговые исследования. Этапы маркетингового исследования. Поисковые маркетинговые исследования. Методы прямых качественных исследований.

2. Итоговые маркетинговые исследования: классификация и методы. Классификация и основные методы дескриптивных маркетинговых исследований

3. Целевой рынок и сегментация. Концепция STP. Смысл и инструменты сегментации, таргетирования, позиционирования ценностного предложения. Переменные сегментирования.

4. Стратегический и тактический маркетинг. Тактический инструментарий современного маркетинга

5. Матрица McKinsey – General Electric: стратегический смысл и принципы построения

6. Матрица BCG и концепция жизненного цикла товара (ЖЦТ)

7. Модель пяти сил М. Портера и ее место в стратегическом маркетинге. Классификация конкурентных стратегий по М. Портеру.

8. Капитал бренда по Д.Аакеру

9. Матрица BAV и матрица Таубера.

10. Этапы, задачи и факторы ценообразования

11. Нижний и верхний пределы цены. Определение психологических порогов восприятия цены.

12. Ценовая чувствительность и определяющие ее факторы. Методы определения ценовой чувствительности

Примерные задания (фрагмент):

Задание №1.

Рассчитайте координаты, используя данные таблицы. Постройте матрицу BCG и обозначьте в ней продукты.

Наименование продукта	Прогноз размера рынка	Текущий размер рынка	Продажи компании	Продажи крупнейшего конкурента
Имбирное печенье	440	390	150	100
Овсяное печенье	1190	1210	400	200
Шоколадное печенье	872	758	200	150
Творожное печенье	1000	950	110	820

Задание №2.

Данные о результатах функционирования компании за прошедший месяц:

Цена = 50 \$ за единицу

Выручка = 100 000 \$

Переменные издержки на единицу = 25 \$

Ценовая эластичность рыночного спроса = -0,6

1. Рассчитайте последствия такого ценового решения, как снижение цены на 20% в компании, которая не знает ценовой эластичности спроса на свою продукцию.
2. Компания, которая провела ценовое исследование на данном рынке, решает повысить цену на 20%. Какое влияние на валовую маржу окажет такая ценовая стратегия?

Задание №3.

Ниже представлен один из вопросов анкеты из глянцевого журнала для женщин. Дайте комментарии по корректности.

Сколько денег (в долларах) Вы приблизительно тратите на:

	Меньше \$20	\$20–50	\$50–100	\$100–200	\$200–500	Более \$500
Косметику						
Духи, дезодоранты						
Средства ухода за кожей						
Средства ухода за волосами						
Одежду						
Обувь/аксессуары						

Дисциплина Коммерческая деятельность

Вопросы:

1. Организация и сущность торговых процессов, и их влияние на процесс товародвижения.
2. Технология складского товародвижения в оптовых торговых организациях, Складской технологический процесс и принципы его организации.
3. Формы товароснабжения розничной торговой сети.

4. Коммерческие операции, коммерческая тайна и ее защита
5. Риски в коммерческой деятельности. Виды рисков.

Примерные задания (фрагмент):

1. Согласно договору, ООО торговый дом «Витрум» поставил универмагу в г. Жуковский парфюмерно–косметические товары на сумму 600 тыс. руб. При приемке поступивших изделий комиссия установила, что шампунь «Зверобой» на сумму 10 тыс. руб. по качеству не соответствует требованиям стандарта. Счет оплачен. Штраф за поставку недоброкачественных товаров предусмотрен договором в размере 20%. Как должен поступить универмаг в сложившейся ситуации?

2. Рассчитайте коэффициенты полноты и устойчивости (стабильности) ассортимента товаров, исходя из следующих данных: январь – количество разновидностей по ассортиментному перечню товаров – 10 единиц, при проверке оказалось 8 ед. В феврале месяце при трехкратной проверке оказалось в продаже: при 1–й проверке – 5 разновидностей, при 2–й проверке – 4 разновидности, 3–й проверке – 8 разновидностей товаров. Охарактеризуйте полноту и устойчивость ассортимента товаров.

**Организация, технология и проектирование предприятий
Примерные задания (фрагмент):**

1. Торгово–технологический процесс склада.

Руководитель оптовой организации принял решение внести изменения в торгово–технологический процесс работы склада класса С. Он обратился к Вам как к консультанту в сфере развития оптовой торговли.

Вопросы:

1. Какие меры надо провести, чтобы привести технологию складских процессов в соответствие с современными европейскими стандартами? Приведите примеры (не менее 3).

2. Опишите, какие инновации в области технологии и технической оснащенности складских предприятий появились в оптовой торговле в последние годы. Назовите их (не менее трех), опишите их суть, докажите целесообразность их внедрения на современный склад.

3. Определите планируемый уровень механизации, если известно, что объем отгрузки составит 10000 т/год, а механизировано планируется разгружать 6000 т/год.

2. Управление ассортиментом на основе ABC-анализа.

Руководство оптовой организации ООО «Фиалка» приняло решение провести ABC – анализ по прибыли с целью оптимизации ассортимента.

Вопросы:

1. Проведите ABC–анализ на основе данных представленных в таблице 1.

2. Дайте конкретные рекомендации по управлению товарными запасами по категориям товаров.

3. Назовите объективные причины, по которым товары могли попасть в группу С. Ответ обоснуйте.

Таблица – Показатели работы ООО «Фиалка»

Наименование товара	Прибыль, тыс. руб.
Безе	350
Варенье	400
Мармелад	210
Грильяж	310

Зефир	120
Пастила	450
Конфеты	500
Марципан	210
Халва	300
Восточные сладости	210
Цукаты	325
Шоколад	400

3. Выбор перевозчика товаров

Перед руководством торговой организации «Ромашка» стоит задача выбора одного перевозчика для осуществления поставки товаров в магазины розничной сети. Известно, что при одинаковой цене за перевозку, они оказывают услуги различного качества (таблица 1). При выборе перевозчика основное внимание уделяется сохранности груза (эксперты присвоили ему коэффициент весомости 0,5), на втором месте по важности находится ритмичность перевозок (рейтинговый коэффициент 0,3). Объясните Ваш ответ.

Таблица 1– Показатели качества транспортного обслуживания

Перевозчик	Коэффициент удовлетворения установленного спроса по объему перевозок (Кус)	Коэффициент Ритмичности (Кр)	Степень сохранности груза (Ксг)	Коэффициент соблюдения сроков доставки (Кд)
Первый	0,90	0,85	0,79	0,92
Второй	0,87	0,82	0,81	0,93
Третий	0,89	0,87	0,86	0,89

Вопросы:

1. Определите, кого из перевозчиков выберет руководство торговой организации.
2. Какие основные условия Вы порекомендовали бы включить в договор транспортной экспедиции?
3. Из каких открытых источников можно получить информацию о потенциальных партнерах на транспортном рынке? Какие из них Вы считаете более надежными? Ответ поясните.

4. Аудит системы продаж

Руководство дистрибьюторской компании «Алиди» обратилось в консалтинговую компанию с целью провести аудит существующей системы продаж. Известно, что «Алиди» – дистрибуторская и логистическая компания, основанная в 1992 году в Нижнем Новгороде. Сегодня «Алиди» имеет филиалы в 21 регионе России, включая Москву и Санкт-Петербург, а также представительство в Республике Беларусь.

В ходе аудита были выявлены проблемы и ошибки в организации коммерческой службы и системы управления продажами. К таковым относятся: отсутствие стандартов работы сотрудников коммерческой службы, применение только материальной системы стимулирования коммерческого персонала, отсутствие единой системы учета контактов с клиентами.

Разработайте мероприятия, направленные на решение выявленных проблем. Определите приоритетные направления сбытовой политики компании «Алиди».

Составьте проект стандарта работы сотрудников коммерческой службы, который должен отражать структуру документа и основные обязанности коммерческого персонала.

5. Коммерческая деятельность страховой компании

НС Банк совместно с ПАО СК «Росгосстрах» предлагает своим клиентам простой и удобный способ страхования – страховой коробочный продукт «От стечения обстоятельств». Данный продукт представляет собой полис, который уже включает в себя определенный набор условий страхования, а также страховых сумм и рисков. Коробочное страхование является типовым продуктом, и позволяет достаточно быстро, недорого и без каких-либо формальностей застраховать свою недвижимость, личное домашнее имущество и ценные вещи, защитить себя от несчастных случаев и многое другое. Территория страхования: находящиеся на территории РФ квартиры. Срок действия Договора: 1 год. Оплата: единовременно

Клиент может не только приобрести продукт для себя, но и сделать полезный и нужный подарок своим друзьям и близким. Данные владельца указываются только при активации полиса.

Перечислите основные каналы продаж указанных выше страховых продуктов, оцените достоинства и недостатки этих каналов продаж. Разработайте предложения по продвижению страхового продукта «От стечения обстоятельств» в Москве и Московской области.

Дисциплина «Организационное поведение»

Вопросы:

1. Интеллектуальный капитал как стратегический бизнес-актив современной организации.
2. Организационная структура как основной элемент управления компанией в условиях рыночной неопределенности.
3. Виды организационных структур управления компанией.

Примерные задания (фрагмент):

1. Собеседование для соискателей сети кафе-пекарен «Хлеб Насущный» проводится в формате 3D в виртуальных очках. В процессе собеседования-экскурсии кандидату презентуют компанию и предлагают пройти пробную смену. В течение 3 ч потенциальный кандидат знакомится с рабочим местом в 3D-формате. Технология проведения собеседования в VR-очках помогает в 2 раза сократить время и увеличить на треть количество соискателей. Как, на Ваш взгляд, должен быть выстроен алгоритм проведения собеседования? Продумайте сценарий работы для рекрутера, прописав ключевые предложения по следующим позициям:

- необходимая корпоративная информация (специфика сегмента HoReCa, ценности компании, особенности клиентского сервиса, ассортимент свежей продукции, поиск решений в рецептуре, хранение продукции, сервировка стола, квалификация персонала, перспективы карьерного роста и др.);
- целевая аудитория сети (их потребительские привычки и предпочтения, основные вопросы при заказе и др.);
- востребованные работодателем ключевые компетенции персонала (навыки, профессиональный опыт, возраст, стандарты делового поведения и др.).

Попробуйте провести собеседование по Вашему сценарию в аудитории, выбрав основных участников собеседования – соискателей, рекрутеров, администратора кафе.

2. Проанализируйте объявления по вакансиям на сервисе hh.ru. Перечислите востребованные сегодня на рынке труда ключевые навыки персонала в интересующей Вас профессиональной области: soft skills, hard skills, digital skills.

3. Составьте индивидуальный формат EVP и CV без шаблонных формулировок по выбранной Вами вакантной должностной позиции по следующим информационным блокам: опыт работы, образование, ключевые навыки, персональная информация.

Дисциплина «Логистика»

Вопросы:

1. Логистический сервис: понятие, задачи, показатели оценки качества логистического обслуживания

2. Цифровизация в ритейле и логистике: направления, тренды, технологии, примеры

3. Логистика транспортных процессов: основные задачи и требования к организации перевозок в ЦП

Оценивание результатов государственного экзамена Примеры экзаменационных билетов

Экзаменационный билет №1

1. Медийная реклама Понятие и функции медийной рекламы. Основные виды медийной рекламы.

2. Логистический сервис: понятие, задачи, показатели оценки качества логистического обслуживания

3. Роскачество провело всерное обследование в магазинах майонеза. Обследовано 27 образцов. В результате проведенных исследований установлено, что в 11 образцах было обнаружено 5 образцов с перекисным числом 12 мэкв/кг; 6 образцов с резкокислым вкусом, 10 образцов с наличием консервантов при этом на маркировке было указано, что консерванты отсутствуют. Кроме того, на маркировке указан информационный знак – ЕАС. Остальные образцы отвечали требованиям действующего стандарта, из них 3 образца – требованиям стандартов Роскачества. Согласно ТР ТС 024/ 2011 «Технический регламент на масложировую продукцию» предельное значение перекисного числа не более 10 мэкв/кг.

Какие из образцов могут быть допущены к реализации? Какие должны быть признаны фальсифицированной продукцией и почему? Скольким образцам майонеза может быть присвоен «Знак качества» и что это дает их производителям? Ответы аргументируйте на основании федеральных законов и ТР ТС 024/2011?

Экзаменационный билет №2

1. Push и Pull стратегии продвижения в торговом маркетинге. Укажите активности различные и общие для обеих стратегий. Укажите области приложения активностей на примере операторов произвольной цепи поставок.

2. Статистическое изучение Методы определения сезонной компоненты. Индексы сезонности.

3. Определите по торговому предприятию на планируемый год сумму оборотных средств и их оборачиваемость на основе следующих данных:

1) В отчетном году оборот розничной торговли составил 35200 тыс.руб., а оборачиваемость оборотных средств – 26 дней.

2) В планируемом году оборот возрастет на 20%. Предполагается обеспечить 65 % оборота за счет повышения эффективности использования оборотных средств.

3) Определить абсолютное и относительное изменение показателя фондоемкости (с учетом износа и линейного способа начисления амортизации) в планируемом году по сравнению с отчетным по следующим данным:

– фактическое значение фондоемкости в отчетном году составило 0,26 руб.

– амортизационные отчисления по фирме в отчетном году составили 278,3 млн.руб. при средней норме амортизации 13,2%.

– в планируемом периоде объем выпуска продукции намечено увеличить на 95 млн.р.

Экзаменационный билет № 3

1. Трансформация восприятия границ международного рынка продовольственных товаров.

2. Товарные запасы: виды товарных запасов, способы определения величины отдельных видов товарных запасов.

3. Ситуационная задача: В рамках реализации внешнеторгового контракта на базисных условиях СІР убытки по страховому возмещению составили 11000 тыс. у.е. Франшиза, предусмотренная договором страхования между грузоотправителем и страховой компанией – 10 %

Задание:

1. Раскройте понятие франшиза

2. Продемонстрируйте навыки осуществления расчета доли страхового возмещения при реализации внешнеторгового контракта, которую получит грузовладелец.

Для оценки результатов сдачи государственного экзамена используются следующие шкалы:

Максимальное количество баллов, которое студент может набрать в процессе подготовки и защиты ВКР – **100 баллов**.

Оценка проставляется по результатам заслушанных комиссией ответов на вопросы экзаменационного билета и дополнительных вопросов, заданных членами комиссии..

Система критериев для оценки результатов сдачи государственного экзамена

Шкала 1. Оценка сформированности элементов компетенций согласно требований профстандартов

Обозначения		Формулировка требований		
Цифр.	Оценка	к степени сформированности компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть
2	Неудовлетворительно	Отсутствуют знания по материалам билета в части: <ul style="list-style-type: none"> методов товароведения при оценке и контроле качества товаров, классификации ассортимента товаров; методов управления ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценки их качества и контроля качества товаров и услуг; способов обеспечения необходимого уровня качества товаров и их сохранения, 	Отсутствуют умения выстроить ответ на вопросы билета и дополнительные вопросы членом государственной комиссии билета в части: <ul style="list-style-type: none"> управлять ассортиментом, оценивать качество товаров и диагностировать дефекты с учетом требований стандартов; применять нормативные документы (федеральные законы, 	Отсутствие навыков изложения материала по вопросам билета и дополнительных вопросов членом государственной комиссии в вопросах корректного применения: <ul style="list-style-type: none"> оценки качества товаров и услуг с применением нормативных документов (ISO 9001, технических регламентов,

		<p>осуществления приемки и учета товаров по количеству и качеству;</p> <ul style="list-style-type: none"> • международных, региональных и национальных стандартов, необходимых и достаточных при оценке качества экспортных и импортных товаров; • основных нормативных правовых актов, необходимых для организации и управления профессиональной деятельностью; • методов сбора и обработки информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью и продажами; • основ организации управления товародвижением в цепях поставок; • основных процессов и тенденций развития современной логистики закупок, логистики распределения и сбыта; • общесистемных принципов ценообразования; • методов пополнения запасов на основе анализа общих логистических затрат; • методов выявления потребностей покупателей товаров и услуг, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций; • подходов к формированию потребностей покупателей в товарах и услугах с помощью маркетинговых коммуникаций; • методов прогнозирования спроса потребителей и конъюнктуры товарного рынка; • принципов построения оптимальных структур сбыта на предприятии; • принципов построения процессов 	<p>технические регламенты, стандарты и др.) при оценке и контроле качества;</p> <ul style="list-style-type: none"> • обеспечивать необходимый уровень качества при транспортировании и хранении; • осуществлять выборочный контроль качества при приемке товаров; • минимизировать затраты ресурсов в процессе товародвижения; • заключать договоры и контролировать их выполнение; • построения оптимальных структур сбыта на предприятии; • определения оптимальной клиентской базы при сбыте продукции; • изучать и прогнозировать спрос потребителей; • анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка и рынка услуг; • выявлять потребности покупателей товаров и услуг, формировать эти потребности с помощью маркетинговых коммуникаций; • изучать технологии маркетингового исследования рынков; • идентифицировать подлинность, видовую и сортовую принадлежность товара по содержанию товарно-сопроводительных документов и маркировке продукции; • выявить дефекты и фальсификацию; • выявлять несоответствие маркировки требованиям нормативных документов; 	<p>технических стандартов и т.п.);</p> <ul style="list-style-type: none"> • осуществления поиска и применения нормативных документов при оценке качества товаров во внешнеэкономических операциях; • управления ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценки их качества, диагностики дефектов, обеспечения необходимого уровня качества товаров; • приемов и навыков работы с нормативной документацией в сфере профессиональной деятельности; • изучения ценообразования продукта/услуги; • работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления маркетинговой и коммерческой деятельности ; • применения аналитических методов для оценки эффективности деятельности компании; • расчёта и определения объёмов сбыта продукции через прогнозирование уровня спроса и определения уровня безубыточности предприятия; • владения инструментами анализа и минимизации затрат на интернет маркетинг интернет-рекламу; • владения современным инструментарием выявления потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью
--	--	--	---	---

		<p>товародвижения на предприятиях оптовой и розничной торговли;</p> <ul style="list-style-type: none"> • идентификации товаров: видов, признаков и методов; • методов контроля качества товаров в процессе хранения, транспортировки и реализации; • факторов, формирующих и сохраняющих качество товаров; • составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности; • государственное регулирование коммерческой деятельности; • инфраструктуру, средства, методы, инновации в коммерции и маркетинге; • о совокупности процессов и действий, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей в коммерции; • закономерностей функционирования и взаимодействия коммерческих процессов и операций по купле–продаже, обмену и продвижению товаров до покупателей; • правила и процедуры по реализации коммерческих целей и программ предприятий по отраслям и сферам применения; • принципов логистического подхода к управлению потоками и потоковыми процессами; • методов логистического управления процессами снабжения и распределения; • понятийно–категориального аппарата в области логистического сервиса, коммерческого и транспортного права; 	<ul style="list-style-type: none"> • создавать необходимые условия на всех этапах товародвижения продовольственных товаров, соблюдая правила товарного соседства; • применять на практике положения российского и международного таможенного законодательства; • выбирать торговых партнеров, вести коммерческие переговоры и разрабатывать коммерческие контракты, в соответствии с той коммерческой практикой, которая существует на рынках различных товаров; • организовать эффективное управление каналами товародвижения и коммерческими процессами; • обрабатывать и хранить данные • работать в единой информационной системе; • работы с инструментарием логистики в области управления запасами и материально–технического обеспечения; • осуществлять выбор форм обслуживания покупателей с учетом необходимого уровня качества торгового обслуживания; • анализировать факторы, влияющие на качество готовых изделий на всех стадиях товародвижения, осуществлять поиск путей повышения качества товаров и услуг; • применять основные концептуальные 	<p>маркетинговых коммуникаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализа важнейших показателей, характеризующих потребительскую лояльность; • проведения социологических и маркетинговых исследований; • навыков самостоятельного расширения и углубления знаний в области организации маркетинговых исследований в профессиональной деятельности; • анализа ассортимента однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров; • правового регулирования процесса идентификации товаров с целью выявления их фальсификации; • организации коммерческой деятельности на производственных и сервисных предприятиях; • работы с закупочной документацией; • формировать начальную (максимальную) цену контракта; • применения современных методов исследования рынка продовольственных и непродовольственных товаров/ услуг и оценки их качества; • правильного применения, действующего в Российской Федерации законодательства при решении конкретных вопросов, возникающих в процессе управления коммерческой и маркетинговой деятельностью
--	--	---	---	---

		<ul style="list-style-type: none"> • основных нормативных правовых актов, необходимых для организации и управления профессиональной деятельностью; • основ организации управления торговыми и логистическими процессами; • основных закономерностей, принципов сбора и обработки данных, а также возможностей современных программных средств офисного назначения в части проведения расчетов в профессиональной деятельности; • особенностей современной динамики территориальной и товарной структуры международной торговли; • инструментов и методов оценки эффективности бизнес-процессов в профессиональной деятельности; • моделей и алгоритмов выявления и исследования количественных связей между показателями социально-экономических процессов; • основных методов оптимизации в коммерции и управлении бизнес-процессами в сфере профессиональной деятельности; • инструментов и методов формирования логистических цепей и схем в торговых организациях; • принципов управления логистическими системами и процессами; • критериев оптимальности логистических систем; • показателей оценки эффективности бизнес-процессов, логистических цепей и схем в торговых организациях; • моделей и алгоритмов выявления и исследования 	<p>положения информатики и возможности ПК как средства управления информацией при постановке и решении профессиональных задач;</p> <ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать проекты профессиональной деятельности с использованием программных средств; • рассчитывать параметры системы управления запасами; • обобщить приемы и методы, применяемые в международном маркетинге и управлении продвижением товаров; • применять различные стратегии выхода на внешние рынки; • применять различные технологии маркетингового исследования зарубежных рынков; • оценивать эффективность бизнес-процессов в сфере профессиональной деятельности; • применять математические методы обработки экспериментальных данных; – применять статистические методы оценки и прогнозирования в своей профессиональной деятельности; • оценивать эффективность бизнес-процессов в сфере профессиональной деятельности; • использовать методы оптимизации при прогнозировании и оценке бизнес-процессов в области профессиональной деятельности; • применения теоретических знаний 	<p>организаций различных организационно-правовых форм;</p> <ul style="list-style-type: none"> • определения направлений повышения качества торгового обслуживания в профессиональной деятельности; • использования основных возможностей программных средств офисного назначения при разработке проектов профессиональной деятельности; • разработки проектов с использованием информационных технологий применительно к профессиональной сфере деятельности; • использования современных методов управления проектами, направленных на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами; • владения методами математического анализа и моделирования, математическим аппаратом для решения профессиональных задач; • владения методами оценки эффективности бизнес-процессов в области профессиональной деятельности; • участия в выборе маркетинговых стратегий в торговых организациях; • управления логистическими процессами в области профессиональной деятельности; • применения методов оптимизации цепей поставок для повышения
--	--	---	--	---

		<p>количественных связей между показателями социально-экономических процессов;</p> <ul style="list-style-type: none"> • основных методов оптимизации в управлении бизнес-процессами в сфере профессиональной деятельности. 	<p>для решения конкретных задач заданий билета</p>	<p>конкурентоспособности продукта/услуги</p> <ul style="list-style-type: none"> • изыскания оптимальных логистических систем при реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной); • управления логистическими процессами в области профессиональной деятельности; • применения методов оптимизации цепей поставок; • владения методами оценки эффективности бизнес-процессов в области профессиональной деятельности; • применения методов оптимизации в области реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной); • управления и контроля качества бизнес-процессов в функциональных областях логистики и цепях поставок.
3	Удовлетворительно	<p>В целом успешное, но не систематическое знание основного материала билета по вопросам:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методов товароведения при оценке и контроле качества товаров, классификации ассортимента товаров; • методов управления ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценки их 	<p>В целом успешное, но не систематическое знание материала билета по вопросам :</p> <ul style="list-style-type: none"> – управлять ассортиментом, оценивать качество товаров и диагностировать дефекты с учетом требований стандартов; • применять нормативные документы 	<p>В целом успешное, но не систематическое знание основного материала билета по вопросам:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оценки качества товаров и услуг с применением нормативных документов (ISO 9001, технических регламентов,

		<p>качества и контроля качества товаров и услуг;</p> <ul style="list-style-type: none"> • способов обеспечения необходимого уровня качества товаров и их сохранения, осуществления приемки и учета товаров по количеству и качеству; • международных, региональных и национальных стандартов, необходимых и достаточных при оценке качества экспортных и импортных товаров; • основных нормативных правовых актов, необходимых для организации и управления профессиональной деятельностью; • методов сбора и обработки информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью и продажами; • основ организации управления товародвижением в цепях поставок; • основных процессов и тенденций развития современной логистики закупок, логистики распределения и сбыта; • общесистемных принципов ценообразования; • методов пополнения запасов на основе анализа общих логистических затрат; • методов выявления потребностей покупателей товаров и услуг, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций; • подходов к формированию потребностей покупателей в товарах и услугах с помощью маркетинговых коммуникаций; • методов прогнозирования спроса потребителей и конъюнктуры товарного рынка; 	<p>(федеральные законы, технические регламенты, стандарты и др.) при оценке и контроле качества;</p> <ul style="list-style-type: none"> • обеспечивать необходимый уровень качества при транспортировании и хранении; • осуществлять выборочный контроль качества при приемке товаров; • минимизировать затраты ресурсов в процессе товародвижения; • заключать договоры и контролировать их выполнение; • построения оптимальных структур сбыта на предприятии; • определения оптимальной клиентской базы при сбыте продукции; • изучать и прогнозировать спрос потребителей; • анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка и рынка услуг; • выявлять потребности покупателей товаров и услуг, формировать эти потребности с помощью маркетинговых коммуникаций; • изучать технологии маркетингового исследования рынков; • идентифицировать подлинность, видовую и сортовую принадлежность товара по содержанию товарно-сопроводительных документов и маркировке продукции; • выявить дефекты и фальсификацию; • выявлять несоответствие маркировки требованиям 	<p>технических стандартов и т.п.);</p> <ul style="list-style-type: none"> • осуществления поиска и применения нормативных документов при оценке качества товаров во внешнеэкономических операциях; • управления ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценки их качества, диагностики дефектов, обеспечения необходимого уровня качества товаров; • приемов и навыков работы с нормативной документацией в сфере профессиональной деятельности; • изучения ценообразования продукта/услуги; • работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления маркетинговой и коммерческой деятельности ; • применения аналитических методов для оценки эффективности деятельности компании; • расчёта и определения объёмов сбыта продукции через прогнозирование уровня спроса и определения уровня безубыточности предприятия; • владения инструментами анализа и минимизации затрат на интернет маркетинг интернет-рекламу; • владения современным инструментарием выявления потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью
--	--	---	--	---

		<ul style="list-style-type: none"> • принципов построения оптимальных структур сбыта на предприятии; • принципов построения процессов товародвижения на предприятиях оптовой и розничной торговли; • идентификации товаров: видов, признаков и методов; • методов контроля качества товаров в процессе хранения, транспортировки и реализации; • факторов, формирующих и сохраняющих качество товаров; • составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности; • государственное регулирование коммерческой деятельности; • инфраструктуру, средства, методы, инновации в коммерции и маркетинге; • о совокупности процессов и действий, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей в коммерции; • закономерностей функционирования и взаимодействия коммерческих процессов и операций по купле–продаже, обмену и продвижению товаров до покупателей; • правила и процедуры по реализации коммерческих целей и программ предприятий по отраслям и сферам применения; • принципов логистического подхода к управлению потоками и потоковыми процессами; • методов логистического управления процессами снабжения и распределения; 	<p>нормативных документов;</p> <ul style="list-style-type: none"> • создавать необходимые условия на всех этапах товародвижения продовольственных товаров, соблюдая правила товарного соседства; • применять на практике положения российского и международного таможенного законодательства; • выбирать торговых партнеров, вести коммерческие переговоры и разрабатывать коммерческие контракты, в соответствии с той коммерческой практикой, которая существует на рынках различных товаров; • организовать эффективное управление каналами товародвижения и коммерческими процессами; • обрабатывать и хранить данные • работать в единой информационной системе; • работы с инструментарием логистики в области управления запасами и материально–технического обеспечения; • осуществлять выбор форм обслуживания покупателей с учетом необходимого уровня качества торгового обслуживания; • анализировать факторы, влияющие на качество готовых изделий на всех стадиях товародвижения, осуществлять поиск путей повышения качества товаров и услуг; 	<p>маркетинговых коммуникаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализа важнейших показателей, характеризующих потребительскую лояльность; • проведения социологических и маркетинговых исследований; • навыков самостоятельного расширения и углубления знаний в области организации маркетинговых исследований в профессиональной деятельности; • анализа ассортимента однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров; • правового регулирования процесса идентификации товаров с целью выявления их фальсификации; • организации коммерческой деятельности на производственных и сервисных предприятиях; • работы с закупочной документацией; • формировать начальную (максимальную) цену контракта; • применения современных методов исследования рынка продовольственных и непродовольственных товаров/ услуг и оценки их качества; • правильного применения, действующего в Российской Федерации законодательства при решении конкретных вопросов, возникающих в процессе управления коммерческой и маркетинговой деятельностью
--	--	--	---	---

		<ul style="list-style-type: none"> • понятийно– категориального аппарата в области логистического сервиса, коммерческого и транспортного права; • основных нормативных правовых актов, необходимых для организации и управления профессиональной деятельностью; • основ организации управления торговыми и логистическими процессами; • основных закономерностей, принципов сбора и обработки данных, а также возможностей современных программных средств офисного назначения в части проведения расчетов в профессиональной деятельности; • особенностей современной динамики территориальной и товарной структуры международной торговли; • инструментов и методов оценки эффективности бизнес– процессов в профессиональной деятельности; • моделей и алгоритмов выявления и исследования количественных связей между показателями социально–экономических процессов; • основных методов оптимизации в коммерции и управлении бизнес– процессами в сфере профессиональной деятельности; • инструментов и методов формирования логистических цепей и схем в торговых организациях; • принципов управления логистическими системами и процессами; • критериев оптимальности логистических систем; • показателей оценки эффективности бизнес– процессов, логистических 	<ul style="list-style-type: none"> • применять основные концептуальные положения информатики и возможности ПК как средства управления информацией при постановке и решении профессиональных задач; • разрабатывать проекты профессиональной деятельности с использованием программных средств; • рассчитывать параметры системы управления запасами; • обобщить приемы и методы, применяемые в международном маркетинге и управлении продвижением товаров; • применять различные стратегии выхода на внешние рынки; • применять различные технологии маркетингового исследования зарубежных рынков; • оценивать эффективность бизнес– процессов в сфере профессиональной деятельности; • применять математические методы обработки экспериментальных данных; – применять статистические методы оценки и прогнозирования в своей профессиональной деятельности; • оценивать эффективность бизнес– процессов в сфере профессиональной деятельности; • использовать методы оптимизации при прогнозирования и оценке бизнес– процессов в области 	<p>организаций различных организационно– правовых форм;</p> <ul style="list-style-type: none"> • определения направлений повышения качества торгового обслуживания в профессиональной деятельности; • использования основных возможностей программных средств офисного назначения при разработке проектов профессиональной деятельности; • разработки проектов с использованием информационных технологий применительно к профессиональной сфере деятельности; • использования современных методов управления проектами, направленных на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами; • владения методами математического анализа и моделирования, математическим аппаратом для решения профессиональных задач; • владения методами оценки эффективности бизнес– процессов в области профессиональной деятельности; • участия в выборе маркетинговых стратегий в торговых организациях; • управления логистическими процессами в области профессиональной деятельности; • применения методов оптимизации цепей поставок для повышения
--	--	---	---	---

		<p>цепей и схем в торговых организациях;</p> <ul style="list-style-type: none"> • моделей и алгоритмов выявления и исследования количественных связей между показателями социально–экономических процессов; • основных методов оптимизации в управлении бизнес–процессами в сфере профессиональной деятельности. 	<p>профессиональной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> • применения теоретических знаний для решения конкретных задач заданий билета 	<p>конкурентоспособности продукта/услуги</p> <ul style="list-style-type: none"> • изыскания оптимальных логистических систем при реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной); • управления логистическими процессами в области профессиональной деятельности; • применения методов оптимизации цепей поставок; • владения методами оценки эффективности бизнес–процессов в области профессиональной деятельности; • применения методов оптимизации в области реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной); • управления и контроля качества бизнес–процессов в функциональных областях логистики и цепях поставок.
4	Хорошо	<p>В целом успешное, но содержащие отдельные пробелы в ответах на билет и дополнительные вопросы членов государственной комиссии по вопросам:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методов товароведения при оценке и контроле качества товаров, классификации ассортимента товаров; • методов управления ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценки их 	<p>В целом успешное, но содержащие отдельные пробелы в ответах на билет и дополнительные вопросы членов государственной комиссии по вопросам:</p> <p>– управлять ассортиментом, оценивать качество товаров и диагностировать дефекты с учетом требований стандартов;</p>	<p>В целом успешное, но содержащие отдельные пробелы в ответах на билет и дополнительные вопросы членов государственной комиссии по вопросам</p> <ul style="list-style-type: none"> • оценки качества товаров и услуг с применением нормативных документов (ISO 9001, технических регламентов,

		<p>качества и контроля качества товаров и услуг;</p> <ul style="list-style-type: none"> • способов обеспечения необходимого уровня качества товаров и их сохранения, осуществления приемки и учета товаров по количеству и качеству; • международных, региональных и национальных стандартов, необходимых и достаточных при оценке качества экспортных и импортных товаров; • основных нормативных правовых актов, необходимых для организации и управления профессиональной деятельностью; • методов сбора и обработки информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью и продажами; • основ организации управления товародвижением в цепях поставок; • основных процессов и тенденций развития современной логистики закупок, логистики распределения и сбыта; • общесистемных принципов ценообразования; • методов пополнения запасов на основе анализа общих логистических затрат; • методов выявления потребностей покупателей товаров и услуг, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций; • подходов к формированию потребностей покупателей в товарах и услугах с помощью маркетинговых коммуникаций; • методов прогнозирования спроса потребителей и конъюнктуры товарного рынка; 	<ul style="list-style-type: none"> • применять нормативные документы (федеральные законы, технические регламенты, стандарты и др.) при оценке и контроле качества; • обеспечивать необходимый уровень качества при транспортировании и хранении; • осуществлять выборочный контроль качества при приемке товаров; • минимизировать затраты ресурсов в процессе товародвижения; • заключать договоры и контролировать их выполнение; • построения оптимальных структур сбыта на предприятии; • определения оптимальной клиентской базы при сбыте продукции; • изучать и прогнозировать спрос потребителей; • анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка и рынка услуг; • выявлять потребности покупателей товаров и услуг, формировать эти потребности с помощью маркетинговых коммуникаций; • изучать технологии маркетингового исследования рынков; • идентифицировать подлинность, видовую и сортовую принадлежность товара по содержанию товарно-сопроводительных документов и маркировке продукции; • выявить дефекты и фальсификацию; • выявлять несоответствие 	<p>технических стандартов и т.п.);</p> <ul style="list-style-type: none"> • осуществления поиска и применения нормативных документов при оценке качества товаров во внешнеторговых операциях; • управления ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценки их качества, диагностики дефектов, обеспечения необходимого уровня качества товаров; • приемов и навыков работы с нормативной документацией в сфере профессиональной деятельности; • изучения ценообразования продукта/услуги; • работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления маркетинговой и коммерческой деятельности; • применения аналитических методов для оценки эффективности деятельности компании; • расчёта и определения объёмов сбыта продукции через прогнозирование уровня спроса и определения уровня безубыточности предприятия; • владения инструментами анализа и минимизации затрат на интернет маркетинг интернет-рекламу; • владения современным инструментарием выявления потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью
--	--	---	---	---

		<ul style="list-style-type: none"> • принципов построения оптимальных структур сбыта на предприятии; • принципов построения процессов товародвижения на предприятиях оптовой и розничной торговли; • идентификации товаров: видов, признаков и методов; • методов контроля качества товаров в процессе хранения, транспортировки и реализации; • факторов, формирующих и сохраняющих качество товаров; • составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности; • государственное регулирование коммерческой деятельности; • инфраструктуру, средства, методы, инновации в коммерции и маркетинге; • о совокупности процессов и действий, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей в коммерции; • закономерностей функционирования и взаимодействия коммерческих процессов и операций по купле-продаже, обмену и продвижению товаров до покупателей; • правила и процедуры по реализации коммерческих целей и программ предприятий по отраслям и сферам применения; • принципов логистического подхода к управлению потоками и потоковыми процессами; • методов логистического управления процессами снабжения и распределения; 	<p>маркировки требованиям нормативных документов;</p> <ul style="list-style-type: none"> • создавать необходимые условия на всех этапах товародвижения продовольственных товаров, соблюдая правила товарного соседства; • применять на практике положения российского и международного таможенного законодательства; • выбирать торговых партнеров, вести коммерческие переговоры и разрабатывать коммерческие контракты, в соответствии с той коммерческой практикой, которая существует на рынках различных товаров; • организовать эффективное управление каналами товародвижения и коммерческими процессами; • обрабатывать и хранить данные • работать в единой информационной системе; • работы с инструментарием логистики в области управления запасами и материально-технического обеспечения; • осуществлять выбор форм обслуживания покупателей с учетом необходимого уровня качества торгового обслуживания; • анализировать факторы, влияющие на качество готовых изделий на всех стадиях товародвижения, осуществлять поиск путей повышения качества товаров и услуг; 	<p>маркетинговых коммуникаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализа важнейших показателей, характеризующих потребительскую лояльность; • проведения социологических и маркетинговых исследований; • навыков самостоятельного расширения и углубления знаний в области организации маркетинговых исследований в профессиональной деятельности; • анализа ассортимента однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров; • правового регулирования процесса идентификации товаров с целью выявления их фальсификации; • организации коммерческой деятельности на производственных и сервисных предприятиях; • работы с закупочной документацией; • формировать начальную (максимальную) цену контракта; • применения современных методов исследования рынка продовольственных и непродовольственных товаров/ услуг и оценки их качества; • правильного применения, действующего в Российской Федерации законодательства при решении конкретных вопросов, возникающих в процессе управления коммерческой и маркетинговой деятельностью
--	--	--	--	---

		<ul style="list-style-type: none"> • понятийно– категориального аппарата в области логистического сервиса, коммерческого и транспортного права; • основных нормативных правовых актов, необходимых для организации и управления профессиональной деятельностью; • основ организации управления торговыми и логистическими процессами; • основных закономерностей, принципов сбора и обработки данных, а также возможностей современных программных средств офисного назначения в части проведения расчетов в профессиональной деятельности; • особенностей современной динамики территориальной и товарной структуры международной торговли; • инструментов и методов оценки эффективности бизнес– процессов в профессиональной деятельности; • моделей и алгоритмов выявления и исследования количественных связей между показателями социально–экономических процессов; • основных методов оптимизации в коммерции и управлении бизнес– процессами в сфере профессиональной деятельности; • инструментов и методов формирования логистических цепей и схем в торговых организациях; • принципов управления логистическими системами и процессами; • критериев оптимальности логистических систем; • показателей оценки эффективности бизнес– процессов, логистических 	<ul style="list-style-type: none"> • применять основные концептуальные положения информатики и возможности ПК как средства управления информацией при постановке и решении профессиональных задач; • разрабатывать проекты профессиональной деятельности с использованием программных средств; • рассчитывать параметры системы управления запасами; • обобщить приемы и методы, применяемые в международном маркетинге и управлении продвижением товаров; • применять различные стратегии выхода на внешние рынки; • применять различные технологии маркетингового исследования зарубежных рынков; • оценивать эффективность бизнес– процессов в сфере профессиональной деятельности; • применять математические методы обработки экспериментальных данных; – применять статистические методы оценки и прогнозирования в своей профессиональной деятельности; • оценивать эффективность бизнес– процессов в сфере профессиональной деятельности; • использовать методы оптимизации при прогнозирования и оценке бизнес– процессов в области 	<p>организаций различных организационно– правовых форм;</p> <ul style="list-style-type: none"> • определения направлений повышения качества торгового обслуживания в профессиональной деятельности; • использования основных возможностей программных средств офисного назначения при разработке проектов профессиональной деятельности; • разработки проектов с использованием информационных технологий применительно к профессиональной сфере деятельности; • использования современных методов управления проектами, направленных на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами; • владения методами математического анализа и моделирования, математическим аппаратом для решения профессиональных задач; • владения методами оценки эффективности бизнес– процессов в области профессиональной деятельности; • участия в выборе маркетинговых стратегий в торговых организациях; • управления логистическими процессами в области профессиональной деятельности; • применения методов оптимизации цепей поставок для повышения
--	--	---	---	---

		<p>цепей и схем в торговых организациях;</p> <ul style="list-style-type: none"> • моделей и алгоритмов выявления и исследования количественных связей между показателями социально–экономических процессов; • основных методов оптимизации в управлении бизнес–процессами в сфере профессиональной деятельности. 	<p>профессиональной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> • применения теоретических знаний для решения конкретных задач заданий билета 	<p>конкурентоспособности продукта/услуги</p> <ul style="list-style-type: none"> • изыскания оптимальных логистических систем при реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной); • управления логистическими процессами в области профессиональной деятельности; • применения методов оптимизации цепей поставок; • владения методами оценки эффективности бизнес–процессов в области профессиональной деятельности; • применения методов оптимизации в области реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной); • управления и контроля качества бизнес–процессов в функциональных областях логистики и цепях поставок.
5	Отлично	<p>Сформированные систематические знания по материалам вопросов билета и дополнительных вопросов членов государственной экзаменационной комиссии:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методов товароведения при оценке и контроле качества товаров, классификации ассортимента товаров; • методов управления ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценки их качества и контроля качества товаров и услуг; • способов обеспечения необходимого 	<p>Успешное и систематическое применение умений изложения материала по вопросам билета и дополнительных вопросов членов государственной комиссии по вопросам:</p> <ul style="list-style-type: none"> – управлять ассортиментом, оценивать качество товаров и диагностировать дефекты с учетом требований стандартов; • применять нормативные документы (федеральные законы, технические 	<p>Успешное и систематическое применение навыков изложения с использованием понятийного аппарата материала по вопросам билета и дополнительных вопросов членов государственной комиссии:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Отсутствие навыков изложения материала по вопросам билета и дополнительных вопросов членов государственной комиссии в вопросах

		<p>уровня качества товаров и их сохранения, осуществления приемки и учета товаров по количеству и качеству;</p> <ul style="list-style-type: none"> • международных, региональных и национальных стандартов, необходимых и достаточных при оценке качества экспортных и импортных товаров; • основных нормативных правовых актов, необходимых для организации и управления профессиональной деятельностью; • методов сбора и обработки информации, необходимой для организации и управления маркетинговой деятельностью и продажами; • основ организации управления товародвижением в цепях поставок; • основных процессов и тенденций развития современной логистики закупок, логистики распределения и сбыта; • общесистемных принципов ценообразования; • методов пополнения запасов на основе анализа общих логистических затрат; • методов выявления потребностей покупателей товаров и услуг, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций; • подходов к формированию потребностей покупателей в товарах и услугах с помощью маркетинговых коммуникаций; • методов прогнозирования спроса потребителей и конъюнктуры товарного рынка; • принципов построения оптимальных структур сбыта на предприятии; 	<p>регламенты, стандарты и др.) при оценке и контроле качества;</p> <ul style="list-style-type: none"> • обеспечивать необходимый уровень качества при транспортировании и хранении; • осуществлять выборочный контроль качества при приемке товаров; • минимизировать затраты ресурсов в процессе товародвижения; • заключать договоры и контролировать их выполнение; • построения оптимальных структур сбыта на предприятии; • определения оптимальной клиентской базы при сбыте продукции; • изучать и прогнозировать спрос потребителей; • анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка и рынка услуг; • выявлять потребности покупателей товаров и услуг, формировать эти потребности с помощью маркетинговых коммуникаций; • изучать технологии маркетингового исследования рынков; • идентифицировать подлинность, видовую и сортовую принадлежность товара по содержанию товарно-сопроводительных документов и маркировке продукции; • выявить дефекты и фальсификацию; • выявлять несоответствие маркировки требованиям нормативных документов; 	<p>корректного применения:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оценки качества товаров и услуг с применением нормативных документов (ISO 9001, технических регламентов, технических стандартов и т.п.); • осуществления поиска и применения нормативных документов при оценке качества товаров во внешнеторговых операциях; • управления ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценки их качества, диагностики дефектов, обеспечения необходимого уровня качества товаров; • приемов и навыков работы с нормативной документацией в сфере профессиональной деятельности; • изучения ценообразования продукта/услуги; • работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления маркетинговой и коммерческой деятельности ; • применения аналитических методов для оценки эффективности деятельности компании; • расчёта и определения объёмов сбыта продукции через прогнозирование уровня спроса и определения уровня безубыточности предприятия; • владения инструментами анализа и минимизации затрат на
--	--	---	---	---

		<ul style="list-style-type: none"> • принципов построения процессов товародвижения на предприятиях оптовой и розничной торговли; • идентификации товаров: видов, признаков и методов; • методов контроля качества товаров в процессе хранения, транспортировки и реализации; • факторов, формирующих и сохраняющих качество товаров; • составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности; • государственное регулирование коммерческой деятельности; • инфраструктуру, средства, методы, инновации в коммерции и маркетинге; • о совокупности процессов и действий, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей в коммерции; • закономерностей функционирования и взаимодействия коммерческих процессов и операций по купле–продаже, обмену и продвижению товаров до покупателей; • правила и процедуры по реализации коммерческих целей и программ предприятий по отраслям и сферам применения; • принципов логистического подхода к управлению потоками и потоковыми процессами; • методов логистического управления процессами снабжения и распределения; • понятийно–категориального аппарата в области логистического 	<ul style="list-style-type: none"> • создавать необходимые условия на всех этапах товародвижения продовольственных товаров, соблюдая правила товарного соседства; • применять на практике положения российского и международного таможенного законодательства; • выбирать торговых партнеров, вести коммерческие переговоры и разрабатывать коммерческие контракты, в соответствии с той коммерческой практикой, которая существует на рынках различных товаров; • организовать эффективное управление каналами товародвижения и коммерческими процессами; • обрабатывать и хранить данные • работать в единой информационной системе; • работы с инструментарием логистики в области управления запасами и материально–технического обеспечения; • осуществлять выбор форм обслуживания покупателей с учетом необходимого уровня качества торгового обслуживания; • анализировать факторы, влияющие на качество готовых изделий на всех стадиях товародвижения, осуществлять поиск путей повышения качества товаров и услуг; • применять основные концептуальные 	<p>интернет маркетинг интернет–рекламу;</p> <ul style="list-style-type: none"> • владения современным инструментарием выявления потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций; • анализа важнейших показателей, характеризующих потребительскую лояльность; • проведения социологических и маркетинговых исследований; • навыков самостоятельного расширения и углубления знаний в области организации маркетинговых исследований в профессиональной деятельности; • анализа ассортимента однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров; • правового регулирования процесса идентификации товаров с целью выявления их фальсификации; • организации коммерческой деятельности на производственных и сервисных предприятиях; • работы с закупочной документацией; • формировать начальную (максимальную) цену контракта; • применения современных методов исследования рынка продовольственных и непродовольственных товаров/ услуг и оценки их качества; • правильного применения,
--	--	--	---	---

		<p>сервиса, коммерческого и транспортного права;</p> <ul style="list-style-type: none"> • основных нормативных правовых актов, необходимых для организации и управления профессиональной деятельностью; • основ организации управления торговыми и логистическими процессами; • основных закономерностей, принципов сбора и обработки данных, а также возможностей современных программных средств офисного назначения в части проведения расчетов в профессиональной деятельности; • особенностей современной динамики территориальной и товарной структуры международной торговли; • инструментов и методов оценки эффективности бизнес-процессов в профессиональной деятельности; • моделей и алгоритмов выявления и исследования количественных связей между показателями социально-экономических процессов; • основных методов оптимизации в коммерции и управлении бизнес-процессами в сфере профессиональной деятельности; • инструментов и методов формирования логистических цепей и схем в торговых организациях; • принципов управления логистическими системами и процессами; • критериев оптимальности логистических систем; • показателей оценки эффективности бизнес-процессов, логистических цепей и схем в торговых организациях; 	<p>положения информатики и возможности ПК как средства управления информацией при постановке и решении профессиональных задач;</p> <ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать проекты профессиональной деятельности с использованием программных средств; • рассчитывать параметры системы управления запасами; • обобщить приемы и методы, применяемые в международном маркетинге и управлении продвижением товаров; • применять различные стратегии выхода на внешние рынки; • применять различные технологии маркетингового исследования зарубежных рынков; • оценивать эффективность бизнес-процессов в сфере профессиональной деятельности; • применять математические методы обработки экспериментальных данных; – применять статистические методы оценки и прогнозирования в своей профессиональной деятельности; • оценивать эффективность бизнес-процессов в сфере профессиональной деятельности; • использовать методы оптимизации при прогнозировании и оценке бизнес-процессов в области профессиональной деятельности; • применения теоретических знаний 	<p>действующего в Российской Федерации законодательства при решении конкретных вопросов, возникающих в процессе управления коммерческой и маркетинговой деятельностью организаций различных организационно-правовых форм;</p> <ul style="list-style-type: none"> • определения направлений повышения качества торгового обслуживания в профессиональной деятельности; • использования основных возможностей программных средств офисного назначения при разработке проектов профессиональной деятельности; • разработки проектов с использованием информационных технологий применительно к профессиональной сфере деятельности; • использования современных методов управления проектами, направленных на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами; • владения методами математического анализа и моделирования, математическим аппаратом для решения профессиональных задач; • владения методами оценки эффективности бизнес-процессов в области профессиональной деятельности; • участия в выборе маркетинговых стратегий в торговых организациях;
--	--	---	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> • моделей и алгоритмов выявления и исследования количественных связей между показателями социально-экономических процессов; • основных методов оптимизации в управлении бизнес-процессами в сфере профессиональной деятельности. 	<p>для решения конкретных задач заданий билета</p>	<ul style="list-style-type: none"> • управления логистическими процессами в области профессиональной деятельности; • применения методов оптимизации цепей поставок для повышения конкурентоспособности продукта/услуги • изыскания оптимальных логистических систем при реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной); • управления логистическими процессами в области профессиональной деятельности; • применения методов оптимизации цепей поставок; • владения методами оценки эффективности бизнес-процессов в области профессиональной деятельности; • применения методов оптимизации в области реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной); • управления и контроля качества бизнес-процессов в функциональных областях логистики и цепях поставок.
--	--	---	--	--

Шкала 2. Система критериев для комплексной оценки сформированности компетенций на государственном экзамене

Оценка	Критерий оценки
«отлично»	Студент показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной, периодической и монографической литературы, законодательства и практики его применения, раскрывает не только основные понятия, но и анализирует их с точки зрения различных авторов. Студент показывает не только высокий уровень знаний по дисциплинам, включенным в итоговый государственный экзамен по специализации, но и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументированно формулирует выводы. Знает в рамках требований к специальности законодательно–нормативную и практическую базу. На вопросы членов комиссии отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
«хорошо»	Студент показывает достаточный уровень компетентности, знания лекционного материала, учебной и методической литературы, законодательства и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Знает нормативно–законодательную и практическую базу, но при ответе допускает несущественные погрешности. Студент показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы, задаваемые членами экзаменационной комиссии, не вызывают существенных затруднений.
«удовлетворительно»	Студент показывает достаточные знания учебного и лекционного материала, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные членами комиссии вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. Студент владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные комиссией вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания.
«неудовлетворительно»	Студент показывает слабые знания лекционного материала, учебной литературы, законодательства и практики его применения, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Студент показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на поставленные членами комиссии вопросы или затрудняется с ответом.

Балльная оценка результатов сдачи государственного экзамена:

Показатель	Баллы (максимум)
Результаты ответа на первый вопрос экзаменационного билета	25
Результаты ответа на второй вопрос экзаменационного билета	25
Результаты выполнения задания (третий вопрос билета)	30
Ответы на дополнительные вопросы членов экзаменационной комиссии	20
Итого:	100

Шкала перевода сто балльных оценок в пятибалльную систему и ECTS

Баллы по 100– балльной системе	Оценка		
	Пятибалльная система оценки	Словесная интерпретация оценок ECTS	ECTS
96–100	отлично	Excellent – выдающиеся знания с возможными незначительными погрешностями	A
86–95	отлично	Very Good – знания выше среднего уровня, с некоторыми ошибками	B
76–85	хорошо	Good – правильно выполненная работа с несколькими заметными ошибками	C
70–75	хорошо	Satisfactory – работа, выполненная удовлетворительно, с заметными недостатками	D
60–69	удовлетворительно	Sufficient – знания, удовлетворяющие минимальным критериям	E
Ниже 60	неудовлетворительно	Fail–знания, не удовлетворяющие оценочным требованиям	F

14. Методические материалы

Программа государственной итоговой аттестации публикуется на сайте факультета и содержит методические рекомендации по оформлению ВКР, подготовке к сдаче ГИА, порядке прохождения производственной (преддипломной) практики и оформления отчетности. В качестве методических материалов студентами используются следующие внутренние документы Академии:

Положение о проведении в РАНХиГС государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры (приказ ректора от 25 марта 2016 г. № 01–1502 в редакции приказов РАНХиГС от 11 мая 2016 г. № 01–2211, от 4 июля 2016 г. № 01–3429, от 15 мая 2017 г. № 01–2565, от 24 октября 2017 г. № 01–7205, от 16 ноября 2017 г. № 01–7946, от 6 мая 2019 г. № 02–520, от 22 декабря 2021 г. № 02– 1430, от 27 сентября 2023 г. № 02– 1747)

https://www.ranepa.ru/images/docs/pk/2022/Pologenie_GIA_ED.pdf

2. Положение о выпускной квалификационной работе по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в РАНХиГС (в ред. приказа от 6 мая 2019 г. № 02–520) https://www.ranepa.ru/images/docs/pk/2022/Pologenie_VKR_ED.pdf

3. Положение о порядке проверки на объем заимствования, в том числе содержательного, выявления неправомерных заимствований текстов работ, выполняемых в рамках образовательной, научно–исследовательской и экспертно–аналитической деятельности в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. приказа РАНХиГС от 26.03.2020 г. № 02– 304) https://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy–ranhigs/Pologenie_o_zaimstvovanii_02–724_25.07.2018.pdf

4. Приказ Академии от 24.04.2020 № 02–370 «Об утверждении Регламента проведения государственной итоговой аттестации с применением дистанционных образовательных технологий в условиях предупреждения распространения новой коронавирусной инфекции на территории Российской Федерации».

5. Положением о выпускной квалификационной работе по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, выполняемой в виде стартапа, приказ №02–892 от 06.11.2020 (изм. приказ № 02–2008 от 20.10.2023).

15. Подведение итогов защиты ВКР и сдачи государственного экзамена

По результатам итоговой государственной аттестации выпускника комиссия принимает решение, которое оформляется протоколом, о присвоении ему (ей) квалификации по направлению подготовки (специальности) и о выдаче диплома о высшем образовании (в том числе диплома с отличием).

Итоги защиты ВКР и сдачи государственного экзамена ежегодно обсуждаются на заседаниях выпускающей кафедры и ученого совета факультета и Академии. С учетом отчетов председателей комиссий по защитам предлагаются меры по совершенствованию организационной и методической работы, связанной с их выполнением.

Оформление результатов ГИА с применением ДОТ изложены в п.4 Регламента проведения государственной итоговой аттестации с применением дистанционных образовательных технологий в условиях предупреждения распространения новой коронавирусной инфекции на территории Российской Федерации, утвержденном приказом Академии от 24.04.2020 № 02–370

16. Порядок подачи и рассмотрения апелляций

Порядок подачи и рассмотрения апелляций изложен в разделе VI Положения о проведении в РАНХиГС государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата, программ специалитета и программ магистратуры, утвержденного приказом Академии от 25 марта 2016 г. № 01–1502 с изменениями Приказ № 01–7946 от 16.11.2017), а также в п.5 Регламента проведения государственной итоговой аттестации с применением дистанционных образовательных технологий в условиях предупреждения распространения новой коронавирусной инфекции на территории Российской Федерации, утвержденном приказом Академии от 24.04.2020 № 02–370

17. Учебная литература и ресурсы информационно–телекоммуникационной сети «Интернет» для подготовки к защите выпускной квалификационной работы и сдаче государственного экзамена

17.1. Основная литература

1. Анализ глобальных цепочек в моделях международной торговли: Монография / Игнатенко А.С., Идрисова В.В., Литвинова Ю.О. – Москва :ИД Дело РАНХиГС, 2023. – 126 с.: ISBN 978–5–7749–1227–8 – Текст : электронный. – URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/982561> (дата обращения: 05.06.2024)
2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. – 3–е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 304 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–08764–2. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://www-urait.ru.ezproxu.ranepa.ru:2443/bcode/490827> (дата обращения: 23.06.2024).
3. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Практика [Электронный ресурс]: учебник для бакалавриата и магистратуры / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. – М. : Юрайт, 2018. – 406 с. – (Серия : Бакалавр и магистр. Модуль.). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/A5C43001-1224-458A-B5DE-C03857B3FCB7/mezhdunarodnyy-marketing-praktika>
4. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. – 4–е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 521 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–14897–8. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://www-urait.ru.ezproxu.ranepa.ru:2443/bcode/489784> (дата обращения: 23.06.2024).
5. Горелов, Н. А. Методология научных исследований : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Горелов, Д. В. Круглов, О. Н. Кораблева. – 3–е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 365 с. – (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978–5–534–03635–0. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://www.biblio-online.ru/book/metodologiya-nauchnyh-issledovaniy-433084>
6. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж : практическое пособие / Ю. А. Захарова. – 2–е изд. – Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. – 133 с. – ISBN 978–5–394–03575–3. – Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. – URL: <https://www-iprbookshop.ru.ezproxu.ranepa.ru:2443/87620.html> (дата обращения: 23.06.2024). – Режим доступа: для авторизир. Пользователей
7. Интернет–маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – 2–е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 335 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–15098–8. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru.ezproxu.ranepa.ru:2443/bcode/489043> (дата обращения: 18.05.2022).
8. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 367 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–02476–0. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru.ezproxu.ranepa.ru:2443/bcode/489042> (дата обращения: 23.06.2024).
9. Калачев, С. Л. Теоретические основы товароведения и экспертизы [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / С. Л. Калачев. – 2–е изд., пер. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2023. – 477 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/FBEC849A-55B3-4726-8CC9-C42024D7376A/teoreticheskie-osnovy-tovarovedeniya-i-ekspertizy> ЭБС «Юрайт»

10. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 404 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–01641–3. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait-ru.ezproxu.ranepa.ru:2443/bcode/489053> (дата обращения: 23.06.2022).
11. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 370 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–01478–5. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait-ru.ezproxu.ranepa.ru:2443/bcode/489171> (дата обращения: 22.06.2024).
12. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 315 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978–5–9916–3285–0. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://www-urait-ru.ezproxu.ranepa.ru:2443/bcode/478126> (дата обращения: 28.06.2024).
13. Международный бизнес. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / А. И. Погорлецкий [и др.] ; под ред. А. И. Погорлецкого, С. Ф. Сутырина. – М.: Юрайт, 2019. – 733 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс). ЭБС «Юрайт» Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/2E077801-3591-467E-BB41-4B8A7D051427/mezhdunarodnyu-biznes-teoriya-i-praktika>.
14. Международный менеджмент [Электронный ресурс]: : учебник для бакалавров / Е. П. Темнышова [и др.]. – М. : Юрайт, 2022. – 456 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/DE15D073-3D0B-4547-9777-93C87FCA0F26/mezhdunarodnyu-menedzhment> ЭБС «Юрайт»
15. Мировая экономика и международные экономические отношения : [Электронный ресурс]: учебник для академического бакалавриата / А. И. Погорлецкий [и др.] ; под ред. А. И. Погорлецкого, С. Ф. Сутырина. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 499 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс). Режим доступа : <https://biblio-online.ru/book/DD61AC44-8D33-413E-A973-CBFE1E788D7A/mirovaya-ekonomika-i-mezhdunarodnye-ekonomicheskie-otnosheniya>
16. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 396 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–14869–5. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait-ru.ezproxu.ranepa.ru:2443/bcode/490035> (дата обращения: 22.05.2022).
17. Меликян, О. М. Поведение потребителей : учебник / О. М. Меликян. – 5–е изд. – Москва : Дашков и К, 2020. – 280 с. – ISBN 978–5–394–03521–0. – Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. – URL: <https://www-iprbookshop-ru.ezproxu.ranepa.ru:2443/110974.html> (дата обращения: 02.06.2022).
18. Неруш, Ю. М. Логистика : учебник для вузов / Ю. М. Неруш, А. Ю. Неруш. – 5–е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 454 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–12457–6. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait-ru.ezproxu.ranepa.ru:2443/bcode/489248> (дата обращения: 22.05.2022).
19. Николаева М.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы товаров: Учебник.– М.: Норма, 2022.– 424с.
20. Николаева М.А , Калугина С.А. Маркетинг: учебник. – Москва, ИТД «Дашков и Ко», 2023. 364 с.
21. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник и практикум для вузов / А. Я. Капустин [и др.] ; под редакцией А. Я. Капустина. – 2–е изд.,

перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 382 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–02684–9. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait–ru.ezproxу.ranepa.ru:2443/bcode/488655> (дата обращения: 22.05.2022).

22. Сергеев, В. И. Логистика снабжения : учебник для вузов / В. И. Сергеев, И. П. Эльяшевич ; под общей редакцией В. И. Сергеева. – 4–е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 440 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–12843–7. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://www–urait–ru.ezproxу.ranepa.ru:2443/bcode/489413> (дата обращения: 27.05.2022).

23. Синяева, И. М. Маркетинг в торговле : учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова. – 6–е изд., перераб. – Москва : Дашков и К, 2021. – 396 с. – ISBN 978–5–394–04227–0. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium–com.ezproxу.ranepa.ru:2443/catalog/product/1232038> (дата обращения: 23.05.2023). – Режим доступа: по подписке.

24. Статистика. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / В. С. Мхитарян [и др.] ; под редакцией В. С. Мхитаряна. – 2–е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 249 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–09353–7. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait–ru.ezproxу.ranepa.ru:2443/bcode/494854> (дата обращения: 22.05.2022).

25. Статистика. В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / В. С. Мхитарян, Т. Н. Агапова, С. Д. Ильенкова, А. Е. Суринов ; под редакцией В. С. Мхитаряна. – 2–е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 270 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–09357–5. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait–ru.ezproxу.ranepa.ru:2443/bcode/494855> (дата обращения: 22.05.2022).

26. Сергеев, В. И. Управление цепями поставок : учебник для вузов / В. И. Сергеев. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 480 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–01356–6. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://www–urait–ru.ezproxу.ranepa.ru:2443/bcode/489063> (дата обращения: 27.05.2022).

27. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 68 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–15010–0. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait–ru.ezproxу.ranepa.ru:2443/bcode/497224> (дата обращения: 18.05.2022).

28. Экономика организации. Практикум : учебное пособие для вузов / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой, А. В. Шарковой. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 299 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–00524–0. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://www–urait–ru.ezproxу.ranepa.ru:2443/bcode/490857> (дата обращения: 27.05.2022).

17.2 Дополнительная литература

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. – 3–е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 363 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–04357–0. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://www–urait–ru.ezproxу.ranepa.ru:2443/bcode/489088> (дата обращения 23.06.2024).

2. Дорман, В. Н. Коммерческая организация: доходы и расходы, финансовый результат : учебное пособие для вузов / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. – Москва : Издательство Юрайт, 2022 ; Екатеринбург : Изд–во Урал. ун–та. – 108 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–08386–6 (Издательство Юрайт). – ISBN 978–5–7996–1880–3 (Изд–во Урал. ун–та). – Текст : электронный //

Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait-ru.ezproxu.ranepa.ru:2443/bcode/492186> (дата обращения: 22.06.2024).

3. Доходы, расходы и прибыль в организациях торговли : учеб. пособие / Ю.К. Баженов, Г.Г. Иванов. – Москва : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА–М, 2020. – 95 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – Текст : электронный. – URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1043392> (дата обращения: 09.12.2019)

4. Дубровин, И. А. Поведение потребителей : учебное пособие / И. А. Дубровин. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К, 2020. – 311 с. – ISBN 978-5-394-01475-8. – Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. – URL: <https://www-iprbookshop-ru.ezproxu.ranepa.ru:2443/110989.html> (дата обращения: 23.06.2024).

5. Лифиц, И. М. Товарный менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 405 с. – (Бакалавр. Прикладной курс). – ISBN 978-5-9916-3959-0. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait-ru.ezproxu.ranepa.ru:2443/bcode/494304> (дата обращения: 23.06.2024).

6. Лузина, Т. В. Ценообразование во внешней торговле : учебник для вузов / Т. В. Лузина, С. С. Решетникова. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 278 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-07444-4. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://www-urait-ru.ezproxu.ranepa.ru:2443/bcode/494304> (дата обращения: 23.06.2024).

7. Международная торговая политика в 2 ч. Часть 1. : учебник для бакалавриата и магистратуры / Р. И. Хасбулатов [и др.] ; под общей редакцией Р. И. Хасбулатова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 274 с. – (Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-05210-7. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/441471> (дата обращения: 23.06.2024).

8. Международная торговая политика в 2 ч. Часть 2. : учебник для бакалавриата и магистратуры / Р. И. Хасбулатов [и др.] ; под общей редакцией Р. И. Хасбулатова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 275 с. – (Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-05211-4. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/441472> (дата обращения 23.06.2024).

9. Организация розничной торговли в сети Интернет : учебное пособие / Л.А. Брагин, Т.В. Панкина. – Москва : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА–М, 2020. – 120 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – Текст : электронный. – URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1043397> (дата обращения: 23.06.2024)

10. Розанова, Н. М. Экономика фирмы в 2 ч. Часть 1. Фирма как основной субъект экономики : учебник для вузов / Н. М. Розанова. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 187 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-01742-7. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait-ru.ezproxu.ranepa.ru:2443/bcode/489785> (дата обращения: 23.06.2024).

11. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. – 4-е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 521 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-14897-8. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait-ru.ezproxu.ranepa.ru:2443/bcode/489784> (дата обращения: 23.06.2024).

17.3. Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020)
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (ред.08.08.2024, изм.31.10.2024)
3. Федеральный закон от 10.12.1995 № 196–ФЗ "О безопасности дорожного движения" (изм.08.08.2024)
4. Федеральный закон «О транспортно-экспедиционной деятельности» от 30.06.2003 № 87–ФЗ (изм. 08.03.2020)
5. Федеральный закон «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 г. №2300–I (ред. от 14.07.2022).
6. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28 декабря 2009 г., ФЗ–№ 381. с изм. 25.12.2023г
7. О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле» от 31 июля 2020г. № 248 – ФЗ (ред.08.08.2024)
8. Федеральный закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов» от 02.2000г. № 29 – ФЗ (последняя редакция 13.07.2020)
9. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» от 08.12.2003 № 164–ФЗ (посл. ред 08.08.2024)
10. Федеральный закон «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 03.08.2018 N 289–ФЗ (изм. 26.02.2024)
11. Федеральный закон «О валютном регулировании и валютном контроле» от 10.12.2003 № 173–ФЗ (последняя редакция 08.08.2024)
12. Федеральный закон «О финансовой аренде (лизинге)» от 29.10.1998 N 164–ФЗ (последняя редакция 28.04.2023)
13. Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 N 44–ФЗ (последняя редакция 08.08.2024)
14. Федеральный закон «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» от 18.07.2011 N 223–ФЗ (последняя редакция 08.08.2024)
15. Кодекс торгового мореплавания РФ от 30.04.1999 № 81–ФЗ (ред. от 28.06.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.12.2022) Воздушный кодекс РФ от 19.03.1997 № 60–ФЗ (ред. от 22.06.2024)
16. Кодекс внутреннего водного транспорта РФ от 07.03.2001 № 24–ФЗ (ред. от 08.08.2024)
17. Федеральный закон «О железнодорожном транспорте в Российской Федерации» от 10.01.2003 № 17–ФЗ (с изменениями 25.12.2023)
18. Устав железнодорожного транспорта РФ от 10.01.2003 № 18–ФЗ (ред. от 19.10.23)
19. Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта от 08.11.2007 № 259-ФЗ (с изменениями 25.10.2024 г.)
20. Общие правила морской перевозки грузов, пассажиров и багажа, утвержденные приказом Министерства морского флота от 20 июня 1972 года N 107 (ред. от 22.06.2020)
21. Правила перевозки контейнеров морским транспортом, утвержденные приказом Министерства морского флота СССР от 01.02.1982 № РД 31.10.23–89 (изм 01.01.2021года)
22. Федеральные авиационные правила (ФАН) «Общие правила воздушных перевозок пассажиров, багажа, грузов и требования к обслуживанию пассажиров,

грузоотправителей, грузополучателей», утвержденные приказом Минтранса России от 28.06.2007 № 82 (ред. от 15.09.2020)

23. Правила перевозок грузов железнодорожным транспортом

24. Инструкция о порядке приемки продукции по количеству П–6 (ред.22.10.1997)

25. Инструкция о порядке приемки продукции по качеству П–7

26. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (ред. от 29.05.2019)

27. Договор о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза" Подписан в г. Москве 11.04.2017

17.4 Интернет–ресурсы

1. <https://grebennikon.ru/journal–2.html#volume2023–3> – журнал «Интернет–маркетинг»

2. <https://grebennikon.ru/journal–3.html#volume2023–3> – журнал «Маркетинговые исследования»

3. <http://www.budgetrf.ru> – Мониторинг экономических показателей;

4. <http://www.businesspress.ru> – Деловая пресса;

5. <http://www.garant.ru> – Гарант;

6. <http://www.nta–rus.ru> – Национальная торговая ассоциация;

7. <http://www.rbc.ru> – РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера);

8. <http://www.rtpress.ru> – Российская торговля;

9. <http://www.torgrus.ru> – Новости и технологии торгового бизнеса.

10. <http://www.atp.transnavi.ru>

11. <http://www.customs.ru>

12. <http://zakupki.gov.ru>

13. <http://www.natrans.ru>

14. <http://www.rosgranitsa.ru>

15. <http://www.rosteck.ru>

16. <http://www.bpl.ru/sea/sea.html>

17. <http://www.tsouz.ru> – Евразийская экономическая комиссия

18. http://www.customs.ru/index.php?option=com_newsfts&view=fresh&id=69&Itemid=2092 – Журнал «Таможня»

19. <http://www.customsnews.ru/> – журнал «Таможенные новости»

20. http://www.panor.ru/journals/tamreg/new/index.php?ELEMENT_ID=67350&IBLOCK_ID=172 – Журнал «Таможенное регулирование. Таможенный контроль»

21. <http://www.customs.ru> – официальный сайт Федеральной таможенной службы Российской Федерации

22. <http://www.beltamojizdat.by/products/magazines/tamozhennyi–vestnik/> – журнал «Таможенный вестник»

23. https://t.me/retail_ru

24. <https://t.me/NewRetail>

**Рекомендуемые критерии
оценки выпускной квалификационной работы**

(устанавливаются с учетом требований образовательного стандарта (при наличии указанных требований в образовательном стандарте))

1. 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 правильно 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 на кафедре;
- 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 правильно оперирует научной терминологией, доклад составлен в научном стиле;
- ВКР оформлена в установленном порядке;
- к защите ВКР подготовлена мультимедийная презентация доклада, отражающая основное содержание работы;
- студент легко ориентируется по материалу ВКР и дает развернутые и полные ответы на вопросы при защите ВКР.

2. 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 правильно 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, рисунки, графики и другой визуальный материал в ВКР оформлены в соответствии с требованиями, предъявляемыми к ВКР.

3. 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.

4. 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 теоретико–методологические ошибки 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.

Декану факультета _____

от студента 4 курса,
очной формы обучения
направление подготовки
38.03.03 Торговое дело, образовательная
программа «Технологии продаж в
современном бизнесе»

(Ф.И.О. студента)

З а я в л е н и е

Прошу разрешить выполнение выпускной квалификационной работы 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 _____

(подпись студента)

« ____ » _____ 2024г.

Научный руководитель

(подпись)

Проректору Академии

З А Я В К А

<i>(наименование организации, учреждения, предприятия)</i>				
подготовки	выпускной	квалификационной	предлагает	для
			работы	студента,
<i>(наименование факультета, института)</i>				
обучающегося	по	направлению	подготовки/специальности	
следующее	направление	исследований	(тема	ВКР)

Руководитель организации

подпись (Ф.И.О.)
М.П

Ответственный исполнитель:
Ф.И.О., должность, тел/факс

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

Факультет _____

Направление подготовки _____

Образовательная программа _____

**ПЛАН–ГРАФИК
подготовки выпускной квалификационной работы на тему:**

Обучающегося 4 курса очной формы обучения

(Ф.И.О.)

№	Выполняемые работы	Срок выполнения	Отметка о выполнении
1.			
2.			
3.			
....			

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

С планом–графиком ознакомлен

(подпись обучающегося)

« _____ » _____ 2025 г.

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

Факультет _____

Направление подготовки _____

Образовательная программа _____

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

обучающегося 4 курса очной формы обучения

(Ф.И.О.)

Руководитель ВКР:

(Ф.И.О., должность, ученая степень, звание)

СОДЕРЖАНИЕ ОТЗЫВА

Выводы: _____

(подпись руководителя ВКР)

« _____ » _____ 2025 г.

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

Факультет _____

Направление подготовки _____

Образовательная программа _____

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
на тему:**

« _____ »
_____»

Автор:
обучающийся 4 курса
очной формы обучения
Ф.И.О. _____
подпись _____

Руководитель:
Должность,
звание _____
Ф.И.О. _____
Подпись _____

Консультант:
Должность,
звание _____
Ф.И.О. _____
Подпись _____

г. Москва, 2025 г.

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

Факультет _____

Направление подготовки _____

Образовательная программа _____

**РЕЦЕНЗИЯ
на выпускную квалификационную работу**

Обучающегося 4 курса очной формы обучения

(Ф.И.О.)

Рецензент: _____

(Ф.И.О., должность, ученая степень, звание)

СОДЕРЖАНИЕ РЕЦЕНЗИИ

Выводы: _____

Рекомендуемая оценка выпускной квалификационной
работы: _____

(подпись рецензента)

« _____ » _____ 2025 г.

ТРЕБОВАНИЯ
к оформлению выпускной квалификационной работы по образовательным
программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета,
магистратуры в РАНХиГС

1. ВКР оформляется в виде текста, 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.

2. Допускается использование визуальных возможностей акцентирования внимания на определенных терминах, определениях, применяя инструменты выделения и шрифты различных стилей.

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

4. 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.

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

6. 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 № 4», «... в соответствии с приложением № 1» и т. п.

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

8. 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 указывается порядковый номер, 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, например: «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.

9. 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».

10. Приложения к ВКР оформляются на отдельных листах, причем каждое из них должно иметь свой тематический заголовок и в правом верхнем углу страницы надпись «Приложение» с указанием его порядкового номера арабскими цифрами. Характер приложения определяется обучающимся (обучающимися совместно выполнявшими ВКР) 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.

*(пример)***Список литературы***(библиографические записи оформляются в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1–2003 и ГОСТ 7.80–2000)***Книги**

Сычев, М.С. История Астраханского казачьего войска: учебное пособие / М.С.Сычев. – Астрахань: Волга, 2009. – 231 с.

Соколов, А.Н. Гражданское общество: проблемы формирования и развития (философский и юридический аспекты): монография / А.Н.Соколов, К.С.Сердобинцев; под общ. ред. В.М.Бочарова. – Калининград: Калининградский ЮИ МВД России, 2009. – 218 с.

Гайдаенко, Т.А. Маркетинговое управление: принципы управленческих решений и российская практика / Т.А.Гайдаенко. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Эксмо : МИРБИС, 2008. – 508 с.

Управление бизнесом: сборник статей. – Нижний Новгород: Изд-во Нижегородского университета, 2009. – 243 с.

Борозда, И.В. Лечение сочетанных повреждений таза / И.В.Борозда, Н.И.Воронин, А.В.Бушманов. – Владивосток: Дальнаука, 2009. – 195 с.

Маркетинговые исследования в строительстве: учебное пособие для студентов специальности "Менеджмент организаций" / О.В.Михненко, И.З.Коготкова, Е.В.Генкин, Г.Я.Сороко. – М.: Государственный университет управления, 2005. – 59 с.

Нормативные правовые акты

Конституция Российской Федерации: офиц. текст. – М.: Маркетинг, 2001. – 39 с.
Семейный кодекс Российской Федерации: [федер. закон: принят Гос. Думой 8 дек. 1995 г.: по состоянию на 3 янв. 2001 г.]. – СПб.: Стаун-кантри, 2001. – 94 с.

Приказ Минобрнауки России от 29.06.2015 № 636 (ред. от 28.04.2016) "Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры" (Зарегистрировано в Минюсте России 22.07.2015 № 38132). – Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 24.07.2015 № 0001201507240021.

Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 15.06.2017 № 555 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 41.03.05 Международные отношения" (Зарегистрирован 05.07.2017 № 47304). Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 07.07.2017 № 0001201707070002.

Стандарты

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

Депонированные научные работы

Разумовский, В.А. Управление маркетинговыми исследованиями в регионе / В.А.Разумовский, Д.А.Андреев. – М., 2002. – 210 с. – Деп. в ИНИОН Рос. акад. наук 15.02.02, N 139876.

Диссертации

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

Покровский А.В. Устранимые особенности решений эллиптических уравнений: дис. ... д-ра физ.-мат. наук: 01.01.01 / Покровский Андрей Владимирович. – М., 2008. – 178 с.

Авторефераты диссертаций

Сиротко, В.В. Медико–социальные аспекты городского травматизма в современных условиях: автореф. дис. ... канд. мед. наук: 14.00.33 / Сиротко Владимир Викторович. – М., 2006. – 17 с.

Лукина, В.А. Творческая история "Записок охотника" И.С.Тургенева: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.01 / Лукина Валентина Александровна. – СПб., 2006. – 26 с.

Отчеты о научно-исследовательской работе

Методология и методы изучения военно–профессиональной направленности подростков: отчет о НИР / Загорюев А.Л. – Екатеринбург: Уральский институт практической психологии, 2008. – 102 с.

Электронные ресурсы

Художественная энциклопедия зарубежного классического искусства [Электронный ресурс]. – М.: Большая Рос. энцикл., 1996. – 1 электрон, опт. диск (CD–ROM).

Насырова, Г.А. Модели государственного регулирования страховой деятельности [Электронный ресурс] / Г.А.Насырова // Вестник Финансовой академии. – 2003. – N 4. – Режим доступа: [http://vestnik.fa.ru/4\(28\)2003/4.html](http://vestnik.fa.ru/4(28)2003/4.html).

Статьи

Берестова, Т.Ф. Поисковые инструменты библиотеки / Т.Ф.Берестова // Библиография. – 2006. – N 6. – С.19.

Кригер, И. Бумага терпит / И.Кригер // Новая газета. – 2009. – 1 июля.