

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»
Кафедра маркетинга и сервиса



«УТВЕРЖДАЮ»
Первый проректор
Г. И. Расторгуев
2017 г.

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Маркетинг

Основной вид деятельности: Организационно-управленческая

Квалификация: Бакалавр

Форма обучения: очная

Год начала подготовки по образовательной программе: 2014

Новосибирск 2017

Программа государственной итоговой аттестации (ГИА) составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности): 38.03.02 Менеджмент

ФГОС ВО утвержден приказом Минобрнауки России 12.01.16 №7 (зарегистрирован Минюстом России 09.02.16, регистрационный №41028)

Программу разработал:

к.э.н., доцент М.Е. Цой



Программа обсуждена на заседании кафедры маркетинга и сервиса, протокол заседания кафедры № 8 от 20.06.2017 г.

Заведующий кафедрой:

к.э.н., доцент М.Е. Цой



Ответственный за образовательную программу:

к.э.н., доцент М.Е. Цой



Программа утверждена на ученом совете факультета бизнеса, протокол № 6 от 21.06.2017 г.

декан ФБ:

д.э.н., профессор М.В. Хайруллина



1 Обобщенная структура государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация по направлению 38.03.02 Менеджмент (профиль: Маркетинг) включает государственный экзамен (ГЭ) и выпускную квалификационную работу (ВКР).

Обобщенная структура государственной итоговой аттестации (ГИА) приведена в таблице 1.1.

Таблица 1.1 - Обобщенная структура ГИА

Коды	Компетенции	ГЭ	ВКР
ОК.1	способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции		+
ОК.2	способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции		+
ОК.3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	+	+
ОК.4	способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия		+
ОК.5	способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	+	
ОК.6	способность к самоорганизации и самообразованию		+
ОК.7	способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	+	
ОК.8	способность использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций	+	
ОПК.1	владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности		+
ОПК.2	способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	+	
ОПК.3	способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	+	
ОПК.4	способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации		+
ОПК.5	владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем		+
ОПК.6	владение методами принятия решений в управлении операционной	+	

	(производственной) деятельностью организаций		
ОПК.7	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности		+
ПК.1	владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры	+	
ПК.2	владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде	+	
ПК.3	владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	+	+
ПК.4	умением применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации	+	
ПК.5	способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	+	
ПК.6	способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	+	
ПК.7	владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ		
ПК.8	владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	+	
ПК.9	способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	+	
ПК.10	владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения		+

	экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления		
ПК.11	владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	+	
ПК.13	умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций	+	
ПК.14	умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета	+	
ПК.15	умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании		
ПК.16	владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов		
ПК.17	способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели		+
ПК.18	владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов	+	
ПК.20	владение навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур	+	

2Содержание и порядок организации государственного экзамена

2.1Содержание государственного экзамена

2.1.1 Государственный экзамен является квалификационным и предназначен для определения теоретической подготовленности выпускника к решению профессиональных задач, установленных ФГОС ВО.

2.1.2 Государственный экзамен проводится по материалам нескольких дисциплин образовательной программы, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников.

2.1.3 Содержание контролирующих материалов и критерии оценки государственного экзамена приведены в фонде оценочных средств ГИА.

2.2 Порядок организации государственного экзамена

2.2.1Государственный экзамен по направлению 38.03.02 Менеджмент профиль Маркетингпроводится очно по билетам, с обязательным составлением ответов в письменном виде на листах бумаги со штампом факультета.

2.2.2 Государственный экзамен принимается государственной экзаменационной комиссией (ГЭК) в сроки, определенные соответствующим календарным графиком учебного процесса.

2.2.3 Для ответа на билеты студентам предоставляется возможность подготовки в течение не более четырех академических часов. В билеты государственного экзамена включаются три теоретических вопроса. По завершении государственного экзамена экзаменационная комиссия на закрытом заседании обсуждает ответы каждого магистранта и выставляет согласованную итоговую оценку по 100-балльной шкале.

2.2.4 Результаты государственного экзамена объявляются не позднее следующего дня с его проведения после оформления протоколов заседания ГЭК.

3 Содержание и порядок организации защиты выпускной квалификационной работы

3.1 Содержание выпускной квалификационной работы

3.1.1 Выпускная квалификационная работа (ВКР) представляет собой выполненную обучающимся работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

3.1.2 ВКР имеет следующую структуру:

- титульный лист;
- задание на выпускную квалификационную работу,
- аннотация,
- содержание,
- введение (включающее актуальность выбранной тематики), цели и задачи исследования,
- основную часть, состоящую из трех глав, включающую в себя: аналитический обзор литературы, исследовательская (проектная) часть и экономическое обоснование.
- заключение,
- список использованных источников (в том числе источники на иностранном языке),
- приложения (при необходимости).

3.2 Порядок защиты выпускной квалификационной работы

3.2.1 Порядок защиты ВКР определяется действующим Положением о государственной итоговой аттестации выпускников федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Новосибирский государственный технический университет» по образовательным программам, реализуемым в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования.

3.2.2 Защита выпускной квалификационной работы проводится на заседании государственной экзаменационной комиссии.

3.2.3 Методика и критерии оценки ВКР приведены в фонде оценочных средств ГИА.

4 Список источников для подготовки к государственной итоговой аттестации

4.1 Основные источники

1. Титова В. А., Цой М. Е. Технология проведения маркетингового исследования : учеб. Пособие. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2011. - 80 с.
2. Морозов Ю. В. Основы маркетинга: учебное пособие / Ю. В. Морозов. - М., 2012. – 146 с.
3. Титова В. А. Д. В. Глебова, Т. В. Титова. Управление поведением потребителей: учебник. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2013. - 387 с.
4. Лямзин О. Л. Маркетинговые коммуникации : учеб. пособие / О. Л. Лямзин. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2016. - 60 с. - 100 экз.
5. Колочева В. В. Основы конкурентоспособности : учеб. пособие / В. В. Колочева . - Изд. 2-е, доп. и испр. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2016. - 72 с.
6. Титова В. А. М. Е. Цой, Е. В. Мамонова Управление маркетингом: учеб. пособие. Гриф УМО. - Изд. 2-е, перераб. и доп. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2013. - 484 с.

4.2 Дополнительные источники

7. Титова В. А., Цой М. Е., Лямзин О. Л. Основы маркетинга: учебник; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, 2008. - 379 с.
8. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для академического бакалавриата. Под общ. ред. С. В. Карповой; Финансовый ун-т при Правительстве РФ. – М.: Юрайт, 2017. – 357 с.
9. Колочева В. В., Титова Н. А. Формирование и оценка конкурентоспособности предприятий розничной торговли: учеб. пособие; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2013. - 100 с.
10. Кравченко А. И. Методология и методы социологических исследований: учебник для бакалавров / А. И. Кравченко. - Москва, 2016. – 827 с. : ил., табл.. - Кн. доступна в электрон. библиотечной системе biblio-online.ru.

4.3 Методическое обеспечение

11. Выполнение и организация защит выпускных квалификационных работ студентами: методические указания. / Новосиб. гос. техн. университет, состав. Ю.В. Никитин, Т.Ю. Сурнина, О.А. Винникова. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2016. – 45 с.
12. Цой М. Е. Маркетинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2015]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000222241.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра маркетинга и сервиса



«УТВЕРЖДАЮ»

Первый проректор

Г.И. Расторгуев

2017 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Маркетинг

Основной вид деятельности: Организационно-управленческая

Квалификация: Бакалавр

Форма обучения: очная

Год начала подготовки по образовательной программе: 2014

Новосибирск 2017

1 Паспорт государственного экзамена

1.1 Обобщенная структура государственного экзамена

Обобщенная структура государственного экзамена приведена в таблице 1.1.1.

Таблица 1.1.1

Коды компетенций	Показатели сформированности	Вопросы государственного экзамена
ОК.3	знать механизм функционирования и регулирования отраслевых рынков	50-52
ОК.3	знать основы организации и управления предприятием в условиях рынка	1,3,4,6,8,9,
ОК.3	уметь оценивать управление предприятием с позиции внутреннего состояния и внешнего окружения	1,5,31
ОК.5	знает особенности психологических и поведенческих характеристик личности	7,15,17,18,28
ОК.7	знать основы здорового образа жизни	66
ОК.8	знать понятийно-терминологический аппарат в области безопасности	67
ОПК.2	знать принципы построения интегрированных систем менеджмента на предприятии	11-14
ОПК.3	знать типы организационных структур, их основные характеристики	2,16
ОПК.6	знать основы мерчендайзинга, техники и технологии продаж	36, 61, 62
ОПК.6	знать основные понятия и категории логистики, классификацию логистических систем и методы управления ими, специфику формирования и методы модификации цепей поставок	37,40,41
ПК.1	уметь разрабатывать мероприятия по мотивации и стимулированию персонала организации/предприятия	7,27,45
ПК.2	знать основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций	7,22
ПК.3	знать стратегии и методы ценообразования на товары/услуги	56, 69
ПК.3	уметь проводить исследования внешней и внутренней среды организации/предприятия	43,49,51
ПК.7	уметь проводить стратегический анализ, оценивать конкурентоспособность организации/предприятия, эффективность стратегии	23-25,54
ПК.4	знать основные принципы и стратегии инвестиционной деятельности на международных финансовых (глобальных) рынках	47,48

ПК.5	знать виды стратегий организации, основные этапы разработки корпоративных (портфельных) и функциональных стратегий	19-21,33
ПК.6	знать сущность, виды и источники инноваций, основные этапы и модели инновационного процесса, их характеристики	29
ПК.8	знать особенности процесса внедрения технологических, продуктовых инноваций, их документального оформления	34
ПК.9	знать основные виды спроса, их характеристики, методы формирования спроса	50
ПК.9	знать методологию маркетинговых исследований, методики и методы анализа рынка и поведения потребителей	49,51,52,63,74-76
ПК.9	знать концепции жизненного цикла продукта/товара, подходы к разработке концепции нового товара и бренда	30,34
ПК.9	знать стратегии и методы позиционирования и продвижения товаров/услуг, принципы организации и разработки комплекса маркетинга организации/предприятия	42,44,53,70
ПК.9	владеть методами разработки и реализации программ маркетинга, позиционирования и продвижения продукции	26,46,58,59,73
ПК.9	уметь проводить маркетинговые исследования и анализировать их результаты	49,51,52,63,74-76
ПК.9	уметь оценивать эффективность товарного ассортимента и оптимизировать его	57,71,77
ПК.11	знать источники информационного обеспечения, технологии и инструменты формирования баз данных по различным направлениям деятельности организации/предприятия	60
ПК.13	знать основные производственные и бизнес-процессы в организации	10,38,39,35
ПК.14	знать основные концепции управления затратами организации/предприятия	55
ПК.18	знать принципы, содержание, технологии организации предпринимательской деятельности	68
ПК.20	знать перечень и порядок разработки документов при создании нового бизнеса в соответствии с действующей нормативно-правовой базой	64,65

1.2 Пример билета

НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет бизнеса

Экзаменационный билет № 1

к государственному экзамену по направлению 38.03.02 Менеджмент

1. Управленческий подход к организации: организация как система управления; подсистемы управления; элементы системы управления; управленческая деятельность; механизм управления.
2. Рекламная деятельность организации: цели, направления реализации, достоинства и недостатки рекламы как инструмента коммуникаций.
3. Содержание методов маркетинговых исследований: полевые; кабинетные.

Утверждаю: зав. кафедрой МиС _____ М.Е. Цой
(подпись)

(дата)

1.3 Методика оценки

Государственный экзамен проводится государственной экзаменационной комиссией в сроки, определенные соответствующим календарным графиком. Государственный экзамен проводится очно в письменной форме с обязательным составлением ответов в письменном виде по билетам, структура которых и критерии оценки приведены в Фонде оценочных средств ГИА. На подготовку письменного ответа на вопросы билета выделяется не более четырех академических часов.

Билеты к экзамену формируются из вопросов, представленных в пункте 1.5. В билеты государственного экзамена включаются три теоретических вопроса. Вопросы билета выбираются случайным образом из перечня вопросов в соответствии с тематикой дисциплин: теория менеджмента; маркетинг, маркетинговые исследования, маркетинговые коммуникации, управление продуктом и др. По завершении государственного экзамена экзаменационная комиссия на закрытом заседании обсуждает ответы каждого студента и выставляет согласованную итоговую в соответствии с критериями, приведенными в п. 1.4.

1.4 Критерии оценки

По результатам ответов студента на вопросы билета и дополнительные вопросы (уточняющие суть ответа) государственная экзаменационная комиссия оценивает сформированность компетенций на разных уровнях.

Соответствие уровней сформированности компетенций, критериев оценки и баллов по 100-бальной шкале приведено в таблице 1.4.1.

Таблица 1.4.1

Критерии оценки	Уровень сформированности компетенций	Диапазон баллов
студент правильно и полностью ответил на три вопроса экзаменационного билета, а также дополнительные вопросы, уточняющие суть ответа, чем показал углубленные знания	Продвинутый	87-100
студент правильно ответил на все вопросы, но	Базовый	73-86

недостаточно развернуто или ответил минимум на три вопроса билета абсолютно правильно и достаточно развернуто		
студент в целом правильно ответил минимум на два вопроса билета, знания не структурированы и поверхностны	Пороговый	50-72
студент правильно ответил не более чем на один вопрос экзаменационного билета	Ниже порогового	0-50

Итоговая оценка по государственному экзамену выставляется по 100-балльной шкале, по буквенной шкале ECTS и в традиционной форме (в соответствии с действующим Положением о балльно-рейтинговой системе оценки достижений студентов НГТУ).

1.5 Примерный перечень теоретических вопросов

1. Сущность организации: определение; характеристика внешней и внутренней среды.
2. Типология организаций: по признакам организационной кооперации, сезонности, функциональному признаку.
3. Системный подход к организации: сущность системы, признаки и свойства системы, классификация социальных систем.
4. Управленческий подход к организации: организация как система управления; подсистемы управления; элементы системы управления; управленческая деятельность; механизм управления.
5. Функциональный подход к организации: функции управления (понятие и виды), их краткая характеристика.
6. Проектирование новых организаций и корректировка действующих организаций: задачи и механизм.
7. Коммуникации в организации: коммуникации как процесс и как явление, общая типология коммуникаций.
8. Общие понятия о зависимостях, законах и закономерностях развития организации; особенности законов организации и законов для организаций.
9. Основные законы организации и их сущность: законы синергии, самосохранения, развития; варианты их проявления.
10. Философия развития и жизненный цикл развития организации.
11. Закон информированности-упорядоченности: сущность, варианты проявления, характеристики информации.
12. Закон единства анализа и синтеза: сущность, варианты проявления, принципы, вытекающие из закона.
13. Закон композиции и пропорциональности: сущность, варианты проявления, принципы, вытекающие из закона.
14. Законы организации организаций: наилучшая ОСУ, минимальный КПД, развитие социальной сферы.
15. Принципы организации людей: оптимальный объем загрузки, процессы восприятия и запоминания, эффективное осмысление нового, подготовка к восприятию информации, устойчивость восприятия первой информации, доходчивость сообщения. Их характеристика.
16. Организация управления маркетингом. Виды структур маркетинга. Основные функции и задачи.
17. Кадровое обеспечение организации в условиях различной конъюнктуры рынка труда.
18. Планирование потребности в кадровом составе: последовательность этапов, методы.
19. Маркетинговые стратегии на корпоративном уровне: стратегии роста, портфельные и конкурентные.

20. Стратегия организации: система стратегий; основные критерии эффективности стратегии организации.
21. Маркетинговые стратегии на функциональном уровне
22. Основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций
23. Стратегический анализ ближней внешней среды организации: цель, методика, результат. SWOT-анализ.
24. Стратегический анализ дальней внешней среды организации: цель, методика, результат. PEST-анализ.
25. Стратегический анализ внутренней среды организации: цель, методика, результат. SNW-анализ.
26. Основные принципы планирования маркетинговой деятельности. Виды планов.
27. Мотивация: определение и виды. Классификация теорий мотивации.
28. Индивидуально-психологические свойства человека Типология поведения личности в организации.
29. Понятия «новшество», «нововведение», «инновация». Классификация инноваций.
30. Жизненный цикл товара.
31. Циклы экономического развития организации.
32. Организация личных продаж: методы, приемы
33. Конкурентные стратегии. Модель М. Портера.
34. Организация внедрения продуктовых инноваций.
35. Общее равновесие; эффективность в обмене и производстве.
36. Основы мерчендайзинга, техники и технологии продаж
37. Управление распределением: каналы распределения (роль, значение и уровни).
38. Виды производственных и бизнес-процессов предприятия (организации); выявление и типизация процессов, добавляющих ценность.
39. Методология построения производственного процесса по принципу вытягивающей системы. Система «точно вовремя»; «канбан».
40. Логистика: основные принципы и понятия; поток как главная категория (определение, свойства, классификация).
41. Классификация логистических систем, методы управления ими.
42. Интегрированные маркетинговые коммуникации: особенности и предпосылки возникновения. Преднамеренные и непреднамеренные коммуникации.
43. Исследование коммуникационной ситуации в целевом сегменте. Эффективность коммуникаций
44. Рекламная деятельность организации: цели, направления реализации, достоинства и недостатки рекламы как инструмента коммуникаций.
45. Цели, направления реализации, достоинства и недостатки стимулирования сбыта как коммуникационного инструмента.
46. Современные технологии привлечения и удержания покупателей.
47. Сущность и основные понятия инвестиционного менеджмента; методы и схемы финансирования инвестиций.
48. Особенности инвестиционной деятельности с учетом конъюнктуры мировой экономики и международных финансовых рынков.
49. Содержание методов маркетинговых исследований: полевые; кабинетные.
50. Спрос, предложение, цена как основные элементы рынка: понятие, виды. Методы формирования спроса.
51. Понятие емкости рынка и методы ее оценки
52. Последовательность проведения маркетинговых исследований.
53. Сравнительная характеристика основных видов интернет-продвижения.
54. Конкурентоспособность предприятия (фирмы): содержание, факторы, источники, показатели.

55. Классификация затрат в управленческом учете. Методы анализа, планирования и контроля затрат.
56. Управление ценой: виды цен, методы установления цен.
57. Классификация товаров.
58. Специфика связи замысла позиционирования торговой марки и маркетинговых коммуникаций.
59. Маркетинговое продвижение товаров и услуг.
60. Процесс формирования баз покупателей.
61. Модель факторов, влияющих на поведение покупателей.
62. Этапы процесса принятия решения о покупке.
63. Сегментирование рынка: подходы, основные принципы и критерии сегментации.
64. Общая характеристика документов необходимых для создания нового бизнеса: устав, договор об учреждении, протокол общего собрания.
65. Классификация документов предприятия: организационные (устав, протоколы, правила внутреннего распорядка, должностные инструкции), распорядительные (приказы, распоряжения, постановления), информационно-справочные (справка, акт, информация и т.д.).
66. Здоровый образ жизни: понятие и значение для полноценной управленческой деятельности; основные составляющие.
67. Безопасность жизнедеятельности: понятие и факторы обеспечения. Опасности и их классификация.
68. Принципы, содержание, технологии организации предпринимательской деятельности.
69. Разработка ценовых стратегий.
70. Подходы к разработке замысла позиционирования. Стратегии позиционирования.
71. Управление товарными линиями на предприятии.
72. Стратегии охвата рынка каналами распределения.
73. Концепции маркетинга: общая характеристика, цели и задачи.
74. Маркетинговые исследования: типы выборок.
75. Маркетинговые исследования: определение объема выборки.
76. Потребительская сегментация: критерии сегментирования.
77. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг.

2 Паспорт выпускной квалификационной работы

2.1 Обобщенная структура защиты выпускной квалификационной работы (ВКР)

Обобщенная структура защиты ВКР приведена в таблице 2.1.1.

Таблица 2.1.1

Коды компетенций	Показатели сформированности	Разделы и этапы ВКР
ОК.1	уметь аргументировано выстраивать доказательства, логику понимания актуальных профессиональных и нравственных проблем	Глава 1, 2, 3
ОК.2	уметь формулировать собственную позицию по современным проблемам общественно-политического развития	Защита
ОК.3	уметь оценивать деятельность предприятия и его подразделений, ориентируясь на макро- и микроэкономические показатели	Глава 2, 3
ОК.4	знать иностранный язык для межличностного общения с иностранными партнерами	

ОК.5	уметь осуществлять деловую переписку на русском языке	Глава 1, 2, 3
ОК.6	умеет адекватно оценивать собственный образовательный уровень, свои возможности, способности и уровень собственного профессионализма	Защита
ОПК.1	уметь осуществлять реализацию нормативно-правовых актов в сфере профессиональной деятельности	Глава 1, 2
ОПК.4	владеть навыками публичных выступлений	Защита
ОПК.5	уметь использовать методы обработки и анализа деловой, статистической, бухгалтерской и финансовой информации	Глава 2, 3
ОПК.7	знать основные понятия и инструменты статистики, методы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих социально-экономические явления и процессы	Глава 1, 2, 3
ОПК.7	уметь применять основные методы, способы и средства получения, хранения и переработки информации с помощью компьютеров и компьютерных средств	Глава 1, 2, 3
ОПК.7	уметь анализировать и интерпретировать данные статистики о социально-экономических явлениях и процессах, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей	Глава 1, 2, 3
ПК.3	уметь проводить исследования внешней и внутренней среды организации/предприятия	Глава 2,3
ПК.10	знать принципы, содержание и методы количественного и качественного анализа управленческой информации, методику экспертного оценивания	Глава 2, 3 Защита
ПК.10	уметь работать с информацией в глобальных компьютерных сетях, анализировать и оценивать информацию, использовать ее для принятия решений	Глава 1, 2, 3
ПК.17	знать основные бизнес-модели, их эволюцию, современные тенденции развития	Глава 1, 2, 3
ПК.17	уметь вести поиск новых рыночных возможностей для организации/предприятия в определенных социально-экономических условиях и глобальных вызовов	Глава 3

2.2 Структура выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа содержит следующие разделы:

- титульный лист;
- задание на выпускную квалификационную работу,

- аннотация,
- содержание,
- введение (включающее актуальность выбранной тематики), цели и задачи исследования,
- основную часть, состоящую из трех глав, включающую в себя: аналитический обзор литературы, исследовательская (проектная) часть и экономическое обоснование.
- заключение,
- список использованных источников (в том числе источники на иностранном языке),
- приложения (при необходимости).

Аннотация

В аннотации отражаются сведения об объеме ВКР (число страниц без приложений), количестве иллюстраций, таблиц, приложений, количестве использованных источников; выделяются ключевые слова по теме работы; указываются объект и предмет исследования, цель работы; излагается краткое содержание ВКР. На защите студент должен продемонстрировать способность устно представить аннотацию на иностранном языке.

Содержание

Содержание включает введение, наименование всех разделов, подразделов, заключение, список использованных источников, приложений с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы выпускной квалификационной работы.

Введение

Во введении должна содержаться краткая оценка современного состояния рассматриваемой проблемы, обосновываться актуальность выбранной темы, цель и задачи работы, объект исследования.

Первая глава ВКР

В первой главе ВКР отражаются теоретические положения, которые характеризуют уровень теоретической подготовки студента за весь период обучения. В ней на основе обзора литературы отечественных и зарубежных авторов, нормативно-правовых и статистических материалов рассматривается сущность исследуемой проблемы, анализируются различные подходы к ее решению, излагается собственные взгляды студента.

Вторая глава ВКР

Во второй главе приводятся основные выводы по результатам теоретических исследований, предлагается методика (процедуры, алгоритмы, методы и т. д.) и/или программа решения поставленных в работе задач.

Третья глава включает разработку и экономическое обоснование рекомендаций по совершенствованию либо внедрению новых методов и механизмов управления маркетингом предприятия. На этом этапе важно показать знания и умение использовать весь арсенал методов, инструментов, моделей, информационных технологий, программирования, экспертных оценок и т.д.

В конце каждой главы делается обобщающий вывод. Он должен быть кратким, содержать важные конечные результаты, полученные в данной главе.

Заключение

Заключение – последовательное и логически стройное изложение выводов и их соотношение с целью и задачами работы, сформулированными во введении. В заключении отражаются основные итоги и выводы по теме работы, характеризуется степень ее раскрытия, формулируются предложения по использованию полученных результатов.

2.3 Методика оценки выпускной квалификационной работы

2.3.1 Выпускная квалификационная работа оценивается на заседании ГЭК. Члены ГЭК оценивают содержание работы и ее защиту, включающую доклад и ответы на вопросы, по критериям, приведенным в разделе 2.4.

2.3.2 Согласованная итоговая оценка выставляется на основании оценок членов ГЭК с учетом оценки руководителя работы. Итоговая оценка по результатам защиты выпускной квалификационной работы выставляется по 100-балльной шкале, по буквенной шкале ECTS и в традиционной форме (в соответствии с действующим Положением о балльно-рейтинговой системе оценки достижений студентов НГТУ).

2.4 Критерии оценки ВКР

Критерии оценки выпускной квалификационной работы приведены в таблице 2.4.1. На основании приведенных критериев при оценке ВКР делается вывод о сформированности соответствующих компетенций на разных уровнях.

Таблица 2.4.1

Критерии оценки ВКР	Уровень сформированности компетенций	Диапазон баллов
- структура и оформление ВКР полностью соответствует всем предъявляемым требованиям - исследование проведено глубоко и полно, тема раскрыта - в работе отражены и обоснованы положения, выводы, подтверждены актуальность и значимость работы, аргументация полученных выводов достаточная - отзыв руководителя не содержит замечаний - представление работы в устном докладе полностью отражает полученные результаты, иллюстративный материал отличается наглядностью - ответы на вопросы комиссии сформулированы четко, с достаточной аргументацией и свидетельствуют о полном владении материалом исследования	Продвинутый	87-100
- структура и оформление ВКР отвечает большинству предъявляемых требований - исследование проведено в полном объеме, тема раскрыта - в работе отражены и обоснованы положения, выводы, подтверждены актуальность и значимость работы, но аргументация полученных выводов не достаточно полная - отзыв руководителя не содержит принципиальных замечаний - представление работы в устном докладе отражает основные полученные результаты, иллюстративный материал отличается наглядностью - ответы на вопросы комиссии сформулированы четко, но с недостаточной аргументацией	Базовый	73-86
- структура и оформление ВКР отвечает большинству предъявляемых требований - тема исследования раскрыта не достаточно полно - выводы и положения в работе недостаточно обоснованы, не подтверждены актуальность и значимость работы - отзыв руководителя содержит не более двух	Пороговый	50-72

принципиальных замечаний • в устном докладе представлены основные полученные результаты, но есть недочеты в иллюстративном материале • ответы на вопросы комиссии свидетельствуют о недостаточно полном владении материалом исследования		
• структура и оформление ВКР не отвечает большинству предъявляемых требований • тема исследования не раскрыта • выводы и положения в работе недостаточно обоснованы, не подтверждены актуальность и значимость работы • отзыв руководителя содержит более двух принципиальных замечаний • представление работы в устном докладе не отражает основные полученные результаты, есть существенные недочеты в иллюстративном материале • ответы на вопросы комиссии свидетельствуют о недостаточном владении материалом исследования	Ниже порогового	0-50

Составитель _____ М.Е. Цой
(подпись)

« ____ » _____ 2016 г.