

Частное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский институт защиты предпринимателя»

РИЗП

Утверждаю

Ректор института

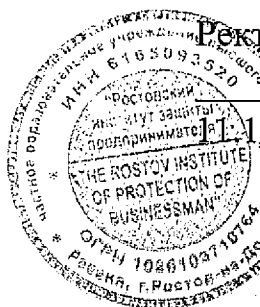
А.В. Паршин

11.12.2015 г.

Рассмотрена

на Ученом совете

протокол № 5/2 от 11.12.2015



**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ИТОГОВОЙ
(ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ) АТТЕСТАЦИИ**

код и наименование направления подготовки (специальности)	38.03.06 Торговое дело
направленность (профиль)	Маркетинг
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

Ростов-на-Дону

2015 г.

Фонд оценочных средств для итоговой аттестации (итоговой аттестации) (далее – ФОС ГИА) составлен в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 ноября 2015 г. N 1334.

ФОС ГИА разработан для студентов 2014, 2015 годов набора на 2015/2016 учебный год.

Автор(ы):

к.э.н., доц. Левчук В.В.

(инициалы, фамилия, должность, ученая степень, ученое звание)

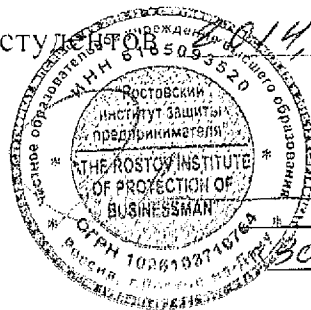
Рекомендован кафедрой «Маркетинг»
протокол №.5от 10.12.2015 г.

Заведующий кафедрой



/ Крамаренко Р.Р.

ФОС ГИА переутвержден для студентов 2014, 2015, 2016
годов набора



Ректор института
А.А. Паршина

«30» июля 2016 г.

ФОС ГИА переутвержден для студентов 2014, 2015, 2016, 2017
годов набора



Ректор института
А.А. Паршина

«30» июля 2017 г.

ФОС ГИА переутвержден для студентов 2014, 2015, 2016, 2017, 2018
годов набора



Ректор института
А.А. Паршина

«28» июля 2018 г.

© Левчук В.В., 2015

© ЧОУ ВО «Ростовский институт защиты предпринимателя», 2015

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ, КОТОРЫМИ ДОЛЖНЫ ВЛАДЕТЬ ОБУЧАЮЩИЕСЯ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Компетенции обучающихся, установленные федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 ноября 2015 г. N 1334.

ОК-1	способность использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности
ОК-2	способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах
ОК-3	способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК-4	способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК-5	способность к самоорганизации и самообразованию
ОК-6	способность использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности
ОК-7	способность поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК-8	готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
ОК-9	владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
ОК-10	готовность к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма
ОПК-1	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК-2	способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем
ОПК-3	умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов

ОПК-4	способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией
ОПК-5	готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления
ПК-1	способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству
ПК-2	способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери
ПК-3	готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
ПК-4	способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации
ПК-5	способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами
ПК-6	способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение
ПК-7	способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров
ПК-8	готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания
ПК-9	готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер компетенции	Показатели оценивания компетенций (знания и (или) умения и (или) навыки и (или) опыт деятельности, формируемые данной компетенцией)	Критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования		
		1-й уровень	2-й уровень	3-й уровень
ОК-1	<p>Знать: главные этапы и закономерности исторического развития экономики страны, маркетинга как научной дисциплины; социальную значимость маркетинговой деятельности</p> <p>Уметь : анализировать закономерности развития и осуществления маркетинговой деятельности</p> <p>Владеть: методами анализа маркетинговой деятельности на различных её этапах</p>	+	+	+
ОК-2	<p>Знать: методы оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия</p> <p>Уметь: применять экономические термины, законы и теории, определять экономические показатели</p> <p>оценивать эффективность результатов маркетинговой деятельности предприятия</p> <p>Владеть: умениями расчета экономических показателей</p>	+	+	+
ОК-3	<p>Знать: основы владения правилами и нормами современного русского и иностранного литературного языка и культуры речи; общепрофессиональную и специальную лексику</p> <p>Уметь: использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности; читать общепрофессиональную и специальную литературу, переводить с изучаемого языка на русский и с русского на изучаемый язык тексты по специальности</p> <p>Владеть: изучаемым языком на уровне, обеспечивающем эффективную профессиональную деятельность; коммуникативными навыками в разных сферах употребления русского и иностранного языка для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p>	+	+	+

ОК-4	<p>Знать: теоретические основы маркетинговых коммуникаций, основные функции и принципы управления маркетинговыми коммуникациями</p> <p>Уметь: применять методы управления в маркетинговой деятельности; работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p> <p>Владеть: инструментами решения практических задач подготовки и принятия управленческих решений в сфере маркетинговых коммуникаций, навыками коммуникативного поведения в организации</p>	+	+	+
ОК-5	<p>Знать: основы организации самостоятельной работы</p> <p>Уметь: работать с информационными источниками; обрабатывать полученную информацию</p> <p>Владеть: навыками работы с учебной и научной литературой; навыками работы в сети Интернет по поиску и подбору учебной информации</p>	+	+	+
ОК-6	<p>Знать: общую характеристику процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации; виды, формы, средства товарной информации, ее правовую базу</p> <p>Уметь: применять природоохранные мероприятия и ресурсосберегающие технологии; распознавать формы подтверждения соответствия, различать международные и национальные единицы измерения</p> <p>применять действующее законодательство в профессиональной деятельности бакалавров коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и товароведения</p> <p>Владеть: навыками работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности</p>	+	+	+
ОК-7	<p>Знать:</p> <p>Особенности функционирования человеческого организма и отдельных его систем под влиянием занятий физическими упражнениями и спортом в различных условиях внешней среды. Основные принципы организации здорового образа жизни, рациональные способы и приемы сохранения психического здоровья, профилактики нервно-эмоционального и психофизического утомления, основы формирования физической культуры</p>	+	+	+

	<p>личности и здорового образа жизни. Предмет, содержание и функции, организационные формы и средства профессионально-прикладной физической подготовки. Социально-культурные основы и функции массового спорта высших достижений, содержание современных оздоровительных систем физических упражнений.</p> <p>Уметь:</p> <p>Использовать опыт систематических занятий физическими упражнениями и спортом для укрепления здоровья, активизации учебной и профессиональной деятельности. Выполнять требования по общей физической подготовке. Определять индивидуальный уровень своих физических качеств. Объяснить индивидуальный выбор вида спорта и системы физических упражнений, раскрыть их возможности для саморазвития и самосовершенствования. Использовать методические приемы для разработки индивидуальных программ оздоровительной и тренировочной направленности. Правильно адаптировать физкультурно-спортивную деятельность к индивидуальным особенностям организма и дифференцировать использование средств физической культуры и спорта с учетом этих особенностей. Диагностировать состояние организма и отдельных его систем и вносить необходимую коррекцию в их развитие средствами физической культуры и спорта.</p> <p>Владеть: жизненно-важными прикладными навыками - плавания, ходьбы, бега, передвижения по пересеченной местности.</p> <p>Владеть средствами, методами и способами восстановления организма, организации активного отдыха и реабилитации после перенесенных заболеваний. Основными методами и способами направленного формирования физических нагрузок для развития двигательных качеств (силы, быстроты, выносливости, ловкости, гибкости)</p>			
ОК-8	<p>Знать: виды опасностей: природные, антропогенные, техногенные, глобальные. Экологическая, промышленная, производственная безопасности, пожарная, радиационная, транспортная, экономическая, продовольственная и информационная безопасности как компоненты национальной безопасности;</p> <p>Уметь:</p> <p>анализировать причины проявления опасности,</p>			

	<p>роль человеческого фактора в причинах реализации опасностей, аксиомы безопасности жизнедеятельности;</p> <p>Владеть: информацией о предельно допустимых уровнях опасных и вредных факторов – основных видах и принципах установления; о параметрах, характеристиках основных вредных и опасных факторов среды обитания человека, основных компонентах техносферы и их источниках.</p>			
ОК-9	<p>Знать: основные тенденции изменения и самоорганизации неживой и живой материи в рамках концепции глобального эволюционизма.</p> <p>Уметь: использовать основные положения и методы естественнонаучного знания для решения социальных и профессиональных задач;</p> <p>Владеть: культурой мышления, быть способным к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.</p>	+	+	+
ОПК-1	<p>Знать: теоретические основы и принципы управления персоналом, основные функции, связанные с организацией работы маркетингового отдела и предприятия в целом</p> <p>Уметь: оценивать экономическую ситуацию и грамотно с правовой точки зрения применять соответствующую законодательную базу в процессе управления персоналом;</p> <p>эффективно использовать полученные знания для решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной культуры</p> <p>Владеть: методикой информационно-коммуникационных кадровых технологий;</p> <p>знаниями о характере и содержании основных маркетинговых мероприятий, формировании отчетности о работе кадровых служб с учетом основных требований информационной безопасности</p>	+	+	+
ОПК-2	<p>Знать: основные понятия, терминологию, употребляемую в моделировании маркетинговых процессов; цели, задачи и принципы моделирования экономических процессов и применения математических методов для их анализа</p> <p>Уметь: применять оптимальные математические инструменты при решении практических задач и выполнении эмпирических исследований</p> <p>Владеть: навыками применения методов математического моделирования и математических методов анализа экономических процессов в профессиональной деятельности</p>	+	+	+

ОПК-3	<p>Знать: основы правовых знаний в области профессиональной деятельности; нормативные акты, регулирующие составления маркетинговой документации</p> <p>Уметь: применять в практической деятельности основы правовых знаний в области маркетинга и экономического анализа; применять профессиональные знания для организации маркетинговой деятельности в организациях различных организационно-правовых форм; выявлять нарушения нормативно-правовых актов и определять последствия этих нарушений.</p> <p>Владеть: методикой анализа нормативных документов, способами использования положений нормативных документов в своей профессиональной деятельности</p>	+	+	+
ОПК-4	<p>Знать: сущность, цели и задачи электронных инструментов маркетинга, его влияние на эффективность решения задач в организационно-экономической сфере;</p> <p>Уметь: выбирать соответствующие аппаратные и программные средства для обработки экономической информации в коммерческой, маркетинговой, рекламной сфере;</p> <p>Владеть: технологиями, способами и средствами создания, хранения, передачи информации с помощью ПК и компьютерных сетей</p>	+	+	+
ОПК-5	<p>Знать: задачи, функции и методы маркетинга, особенности организации коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической деятельности; контроль и управление в маркетинге</p> <p>Уметь: применять действующее законодательство в профессиональной деятельности; выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение, осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль профессиональной деятельности, прогнозировать ее результаты</p> <p>Владеть: навыками работы с технической документацией в профессиональной деятельности, контроля правильности ее оформления; методами и средствами управления логистическими процессами</p>	+	+	+
ПК-1	<p>Знать: факторы и закономерности формирования потребительской стоимости и качества товаров в условиях рыночных отношений; методы и</p>	+	+	+

	<p>правила систематизации товаров; общие принципы и особенности определения уровня качества; принципы, методы и средства обеспечения сохранности потребительской ценности товаров; рациональные системы управления ассортиментом, качеством товаров в торговых предприятиях</p> <p>Уметь: сформулировать основные проблемы и направления развития товароведения на различных этапах его развития; применять полученные знания по теории товароведения и экспертизе товаров в практической деятельности; проводить экспертизу потребительских товаров; планировать и организовывать работу по оценке и контролю качества товаров; - осуществлять приемку и учет товаров по количеству и качеству</p> <p>Владеть: знаниями о потребительской ценности товаров; о возможных видах опасностей для человека и критериях безопасности; навыками диагностики дефектов; способами и технологиями сохранения качества товаров</p>			
ПК-2	<p>Знать: сущность, составляющие, методику и принципы торгово-технологического процесса; технологию и состав товародвижения</p> <p>Уметь: регулировать процессы хранения товаров; проводить инвентаризацию; обеспечивать осуществление всего торгово-технологического процесса и схем товародвижения</p> <p>Владеть: организационно-управленческими методами определения и минимизации материальных и трудовых ресурсов; производить учет и списание потерь в процессе торгово-технологической деятельности</p>	+	+	+
ПК-3	<p>Знать: приоритетные принципы и функции современной маркетинговой деятельности предприятий, основные разновидности маркетинговых коммуникаций; методику анализа, оценки и выбора целевых сегментов рынка; роль маркетинговых коммуникаций в формировании потребностей покупателей</p> <p>Уметь: проводить маркетинговые исследования рынков, на которых осуществляет свою деятельность фирма, анализировать маркетинговую информацию с целью изучения и прогнозирования спроса потребителей; применять методы сегментации рынка и позиционирования товара;</p> <p>Владеть: методикой проведения анализа маркетинговой информации для изучения и прогнозирования конъюнктуры товарного рынка</p>	+	+	+

ПК-4	<p>Знать: причины и основные способы фальсификации товаров;</p> <p>Уметь: выявлять признаки фальсификации и контрафактности товаров;</p> <p>Владеть: навыками совершения юридически значимых действий при выявлении случаев фальсификации товаров</p>	+	+	+
ПК-5	<p>Знать: основы управления персоналом организации (предприятия), методы профессионального отбора, расстановки, профессионального обучения и аттестации персонала</p> <p>Уметь: применять теоретические знания в практике управления персоналом; наладить процессы коммуникаций, Выявлять проблемы управленческого характера и предлагать способы их решения</p> <p>Владеть: приемами выбора эффективного стиля руководства и лидерства, навыками организации коммуникаций и взаимодействия на предприятиях; способностью организационно-управленческой работы с малыми коллективами</p>	+	+	+
ПК-6	<p>Знать: назначение и сущность делового общения; основные функции и смысл деловых переговоров; правила делового, профессионального этикета</p> <p>Уметь: выбирать деловых партнеров; проводить с ними деловые переговоры; анализировать и правильно применять основные правила общепринятого кодекса поведения при повседневном и деловом общении</p> <p>Владеть: навыками организации и проведения деловых встреч, бесед, переговоров, совещаний, заседаний, собраний;</p> <p>навыками заключения договоров и контроля их выполнения</p>	+	+	+
ПК-7	<p>Знать: основные задачи и функции логистического управления; механизм межфункциональной координации управления материальными потоками; структуру системы логистического управления; функциональные обязанности руководителей;</p> <p>Уметь: планировать и организовывать материально-техническое обеспечение предприятий; определять потребность в сырье и материалах; анализировать качество поставляемого сырья и комплектующих изделий;</p> <p>Владеть: методикой закупок и продажи товаров; навыками выбора поставщика, документального оформления заказа</p>	+	+	+

ПК-8	<p>Знать: показатели качества и формы торгового обслуживания; формы и методы оптовой и розничной торговли; ассортиментную политику; услуги в розничной торговле; правила работы розничных торговых предприятий; нормативно- правовые акты по вопросам организации коммерческой деятельности</p> <p>Уметь: применять на практике правила торговли, закон «О защите прав потребителей» и правила работы коммерческих предприятий; применять способы и методы осуществления торговой деятельности; пользоваться терминологией и характеристикой специфических форм организации коммерческой деятельности</p> <p>Владеть: методами обслуживания покупателей, в соответствии с требованиями законодательных документов; использовать нормативные документы, регламентирующие качество и уровень культуры обслуживания; использования правил торговли и требований законодательных актов в области обслуживания потребителей.</p>	+	+	+
ПК-9	<p>Знать: формы и методы обеспечения эффективного управления; миссии организаций, цели и стратегии управления, управление персоналом; сущность связующих процессов менеджмента, принципы товарной, ценовой, коммуникационной политики</p> <p>Уметь: применять инструменты решения практических задач подготовки и принятия управленческих решений, методы управления в профессиональной деятельности; пользоваться передовыми методами управления трудовыми коллективами</p> <p>Владеть: навыками разработки, анализа и оценки стратегий организации; умением находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность.</p>	+	+	+

3. КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Тематика выпускных квалификационных работ:

1. Разработка стратегии продвижения услуг на региональный рынок.
2. Продвижение услуг гостеприимства на рынке г. Ростова-на-Дону.
3. Развитие коммуникативной и сбытовой политики предприятия.
4. Продвижение объектов загородной недвижимости.
5. Маркетинговое обеспечение повышения конкурентной способности предприятия.
6. Формирование и продвижение бренда предприятия.
7. Разработка стратегии продаж на предприятии.
8. Формирование коммуникационной политики предприятия.
9. Состояние и перспективы развития рекламно-информационной деятельности в оптовой торговле.
10. Совершенствование маркетингового механизма в деятельности промышленных компаний.
11. Рекламно-информационная деятельность предприятия на рынке товаров и услуг.
12. Состояние и перспективы развития рекламно-информационной деятельности в розничной торговле.
13. Реклама как элемент системы продвижения товаров.
14. Рекламная деятельность как основа повышения конкурентоспособности предприятия.
15. Рекламная деятельность предприятия на рынке товаров и услуг.
16. Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций.
17. Реклама как составляющая публик-релейшнз.
18. Разработка кампании по продвижению предприятия.
19. Паблик релейшнз в формировании имиджа фирмы, предприятия.
20. Спонсорство и благотворительность как направление публик-релейшнз.
21. СМИ, их роль в связях с общественностью.
22. Паблик релейшнз в системе маркетинговых коммуникаций.
23. Оптимизация структуры коммерческой службы предприятия.
24. Проблемы совершенствования коммерческой деятельности.
25. Организация коммерческой деятельности розничного торгового предприятия.
26. Мерчандайзинг в торговой сети.
27. Коммерческая деятельность как основа совершенствования маркетинговой деятельности оптовых предприятий.
28. Коммерческая деятельность как основа совершенствования маркетинговой деятельности розничных торговых предприятий.
29. Коммерческая деятельность предприятия на рынке товаров и услуг.

30. Формирование товарной политики в розничной торговой сети.
31. Стимулирование сбыта как элемент коммерческой деятельности предприятия.
32. Организация и технология розничной продажи товаров и обслуживания населения в аспекте маркетинговой деятельности.
33. Управление продажами товаров в розничной торговой сети.
34. Организация договорной деятельности в коммерции как аспект маркетинговой деятельности предприятия.
35. Маркетинг информационных технологий.
36. Маркетинг информационно-посреднических услуг.
37. Совершенствование рекламной деятельности предприятия.
38. Реклама банковских услуг.
39. Маркетинговые аспекты банковской деятельности.
40. Маркетинговый компонент повышения конкурентоспособности предприятия.
41. Совершенствование маркетингового ценообразования.
42. Сервис в системе маркетинга.
43. Маркетинговая организация и техника торговли.
44. Маркетинговые исследования рынка товаров и услуг.
45. Маркетинг страховых услуг.
46. Рационализация управления маркетингом предприятия.
47. Анализ маркетинговой деятельности предприятия.
48. Особенности маркетинговых исследований рынка товаров и услуг.
49. Совершенствование работы предприятия с использованием маркетинговых информационных технологий.
50. Совершенствование системы распределения продукции сельхозмашиностроения.
51. Совершенствование организации и планирования сбытовой работы предприятий.
52. Сбытовая коммуникативная политика по продвижению на рынке туристических услуг.
53. Повышение экономической эффективности политики распределения.
54. Проблемы совершенствования коммерческой деятельности.
55. Организация службы маркетинга на предприятии.
56. Разработка плана маркетинга предприятия.
57. Формирование и анализ исполнения бюджета маркетинга.
58. Формирование маркетинговой стратегии предприятия.
59. Формирование маркетинговой политики в сфере реализации промышленной продукции.
60. Организация маркетинговых исследований на предприятии.
61. Разработка системы продвижения нового продукта.
62. Маркетинговые исследования товаров.
63. Маркетинговые исследования сервисного обслуживания потребителей.
64. Маркетинговые исследования рекламной деятельности предприятия.

65. Маркетинговый анализ процесса товародвижения.
66. Маркетинговые коммуникации в деятельности предприятий малого и среднего бизнеса.
67. Маркетинговые коммуникации в системе коммерческой деятельности предприятия.
68. Формирование товарной политики промышленного предприятия.
69. Обеспечение конкурентоспособности продукции в рыночных условиях.
70. Оценка конкурентоспособности продукции предприятия на внутреннем и внешнем рынках.
71. Информационное обеспечение конкурентоспособности предприятия.
72. Конкурентоспособная маркетинговая стратегия предприятия.
73. Маркетинговая стратегия развития компании.
74. Разработка программы маркетинга по новому продукту.
75. Разработка сбытовой политики на предприятии.
76. Организация и планирование продвижения товаров на рынок.
77. Организация системы продвижения товаров на рынке товаров и услуг.
78. Организация и методика изучения конъюнктуры рынка.
79. Организация сервиса как составляющая сбытовой деятельности предприятия.
80. Фирменный сервис как форма хозяйственных взаимоотношений производителя и потребителя.
81. Применение маркетинговой логистики в деятельности предприятия.
82. Управление логистической системой предприятия.
83. Организация мерчандайзинга в деятельности предприятия.
84. Формирование программы продвижения товаров и услуг предприятия.
85. Использование маркетинговых коммуникаций в деятельности предприятий.
86. Формирование маркетинговой ценовой политики и стратегии предприятий.
87. Маркетинговые аспекты внешнеэкономической деятельности предприятия.
88. Практические аспекты применения стратегии расширения границ рынка.
89. Маркетинговые стратегии для сегментов рынка.
90. Политика распределения.
91. Маркетинг в туризме.
92. Маркетинг в сфере бытового обслуживания.
93. Маркетинг в деятельности строительных организаций.
94. Применение маркетинга в деятельности гостиничных предприятий.
95. Маркетинг в деятельности транспортных предприятий.
96. Маркетинг на рынке ценных бумаг.
97. Маркетинг агропромышленных предприятий.
98. Маркетинг в образовательной сфере.
99. Маркетинг закупочной деятельности.

100. Маркетинг сбыта посреднических предприятий.
101. Маркетинг в деятельности розничного предприятия.
102. Маркетинг на рынке медицинских услуг.
103. Маркетинг персонала.
104. Управление мотивацией персонала торгового предприятия.
105. Состояние и перспективы развития рекламно-информационного бизнеса.
106. Использование интернет-технологий в маркетинговой деятельности фирмы.
107. Маркетинговые стратегии в сфере услуг.
108. Особенности маркетинга на международном рынке.
109. Особенности разработки программы продвижения продукта в различных сегментах рынка.
110. Управление маркетингом.
111. Факторы маркетинговой среды.
112. Позиционирование в системе маркетинга.
113. Планирование рекламной кампании.
114. Правовое регулирование маркетинговой деятельности.
115. Исследование поведения потребителей.
116. Культурные и социальные факторы поведения потребителей.
117. Прямой маркетинг.
118. Маркетинг в деятельности розничного предприятия
119. Управление брендом.
120. Сетевой маркетинг.
121. Интернет-маркетинг.
122. Разработка программы организации управления предприятием на основе маркетинговых исследований.
123. Разработка системы маркетинга реализации продукции на товарном рынке.
124. Качество как инструмент формирования и сохранения лояльности клиентов.
125. Управление продажами в розничной торговле.
126. Продвижение имиджа предприятия на рынке.
127. Формирование конкурентоспособной маркетинговой стратегии.
128. Разработка стратегии маркетинга на основе конкурентного анализа.
129. Формирование продуктовой политики в розничной торговой сети.
130. Маркетинг образовательной деятельности.
131. PR в системе маркетинговых коммуникаций.
132. Формирование организационной структуры управления маркетинг-ориентированного предприятия.
133. Формирование стратегии продвижения на рынке недвижимости.
134. Разработка стратегии и тактики продвижения продукции на национальный (региональный, внешний) рынок.

135. Маркетинговые исследования потребительского поведения покупателей продукции.
136. Продвижение консалтинговых и тренинговых услуг.
137. Маркетинговое обоснование инвестиционного проекта.
138. Маркетинговые аспекты создания конкурентоспособной бизнес-системы.
139. Маркетинговая политика повышения конкурентоспособности предприятия.
140. Разработка бизнес-плана.
141. Формы и методы повышения эффективности управления маркетинговой службой предприятия.
142. Формирование сбытовой политики в оптовой торговле.
143. Сбытовая политика предприятия.
144. Формирование маркетинговой стратегии розничного торгового предприятия.

Перечень тем может быть дополнен инициативной темой, согласованной работодателем и заведующим выпускающей кафедрой по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Структура и требования к содержанию выпускной квалификационной работы

Весь ход подготовки выпускной квалификационной работы можно представить в виде следующей логической схемы:

- Постановка цели и конкретных задач исследования.
- Определение объекта и предмета исследования.
- Выбор метода (методики) проведения исследования.
- Описание процесса исследования.
- Обсуждение результатов исследования.
- Формулирование выводов и оценка полученных результатов.

Любая научная работа, в том числе выпускная квалификационная работа, предполагает наличие плана ее осуществления. Особенно большое значение имеет планирование творческого процесса студента-студента, впервые приступающего к написанию серьезного научного сочинения, каковым является выпускная квалификационная работа. Планирование работы начинается с составления рабочего календарного плана, представляющего собой своеобразную схему предпринимаемого исследования.

Рабочий календарный план используется на первых стадиях работы, позволяя эскизно представить исследуемую проблему в различных

вариантах, что существенно облегчает руководителю оценку рубрикации будущей работы. Рабочий календарный план разрабатывается при непосредственном участии руководителя и начинается с разработки темы, т. е. замысла предполагаемого научного исследования.

Научный руководитель выпускной квалификационной работы не только принимает участие в разработке рабочего календарного плана, но и ведет с его потенциальным автором другую работу, в частности:

- рекомендует необходимую литературу, справочные, статистические и архивные материалы и другие источники по теме;
- проводит систематические, предусмотренные расписанием беседы и консультации;
- оценивает содержание выполняемой работы, как по частям, так и в целом;
- дает согласие на представление выпускной работы к защите.

Композиция выпускной квалификационной работы — это последовательность расположения ее основных частей, к которым относят основной текст (т. е. главы и параграфы), а также части ее справочно-сопроводительного аппарата. Традиционно сложилась определенная композиционная структура выпускной квалификационной работы, основными элементами которой в порядке их расположения являются следующие:

Структурные элементы выпускной квалификационной работы перечислены ниже в порядке их расположения и брошюровки.

- Титульный лист.
- Задание на бакалаврскую работу на обратной стороне Календарный план работ
- Содержание.
- Введение.
- Теоретическая часть (Глава 1).
- Аналитическая часть (Глава 2).
- Практическая часть (Глава 3)
- Заключение.
- Список использованных источников и литературы.
- Приложения.
- Отзыв руководителя.

Общий объем выпускной квалификационной работы, включая рисунки (диаграммы, графики, схемы, фото, чертежи) и таблицы, должны составлять 65-80 печатных страниц. Приложения в объем работы не включаются. Студент обязан в течение одной недели после окончания практики составить календарный план выполнения ВКР и согласовать его с руководителем.

Ориентировочные объемы структурных элементов:

- введение — 3 — 4 страницы,
- теоретическая часть — 18 — 20 страниц,
- аналитическая часть — 18 — 20 страниц,

- практическая часть – 18 – 20 страниц,
- заключение – 4 – 5 страниц,
- список использованных источников и литературы – до 5 страниц (не менее 35-40 источников).

План (содержание) выпускной квалификационной работы представляет собой составленный в определенном порядке перечень разделов и развернутый перечень вопросов и постановок проблемного характера, которые должны быть освещены в каждом разделе и подразделе. Правильно построенный план работы служит организующим началом, помогает систематизировать материал, обеспечивает логичность его изложения. План выпускной квалификационной работы студент составляет самостоятельно, с учетом замысла и индивидуального подхода.

Традиционным является следующий план (содержание) выпускной квалификационной работы.

Введение.

Глава 1. Теоретическая часть с соответствующими подразделами 1.1, 1.2 и т.д.

Глава 2. Аналитическая часть с подразделами 2.1, 2.2., и т.д.

Глава 3. Практическая часть с подразделами 3.1, 3.2 и т.д.

Заключение

Список использованных источников и литературы.

Приложения.

Согласно традиционной структуре выпускной квалификационной работы в каждом разделе должно быть по 2–3 подраздела (параграфа). Содержание ВКР обязательно согласовывается с научным руководителем. В процессе работы план ВКР может уточняться, могут расширяться отдельные разделы и подразделы, вводиться новые разделы за счет собранного материала, предоставляющего интерес. Другие же разделы, наоборот, могут сокращаться либо опускаться.

Титульный лист и обложка

Обложка бакалаврской работы должна быть жесткой (твердый переплет).

Титульный лист является первой страницей выпускной квалификационной работы и заполняется по строго определенным правилам.

В верхнем поле указывается полное наименование учебного заведения. В среднем поле дается заглавие ВКР, которое приводится без слов «тема» и в кавычки не заключается. Заглавие должно быть по возможности кратким, точным и соответствовать ее основному содержанию.

Не следует допускать в заглавии выпускной квалификационной работы неопределенных формулировок, например: «Анализ некоторых вопросов...», а также штампованных формулировок типа: «К вопросу о ...», «К изучению...», «Материалы к ...».

Далее ближе к правому краю титульного листа указываются фамилия и инициалы научного руководителя, а также его ученое звание и ученая степень.

В нижнем поле указывается место (название города) выполнения ВКР и год ее написания (без слова «год»).

Задание на выпускную квалификационную работу

Задание на выпускную квалификационную работу является основным документом, определяющим исходные данные, задачи, содержание и сроки выполнения работы и ее составных частей. Задание разрабатывается руководителем работы от кафедры при активном участии студента. Задание должно быть подготовлено по специальной форме утверждено заведующим кафедрой и включено в текст работы.

К заданию прилагается рабочий календарный план.

Отзыв руководителя

Отзыв руководителя на выпускную квалификационную работу дается студенту после ознакомления с полностью завершенной работой.

В отзыве руководитель должен отразить:

- актуальность темы;
- соответствие содержания работы выбранной теме и заданию;
- степень самостоятельности при выполнении проводимого исследования;
- степень обоснованности и полноты раскрытия основных вопросов и предложений;
- стиль изложения и качество оформления; замечания, если они есть;
- подготовленность студента к самостоятельной работе и возможности присвоения ему соответствующей квалификации.
- допуск к защите итоговой работы.

Оформление демонстрационного материала (слайды, мультимедийные технологии) для доклада на заседании ГЭК во время защиты выпускной квалификационной работы

Для иллюстрирования важнейших положений выпускной квалификационной работы студент заранее готовит и использует во время доклада демонстрационный материал, слайды, мультимедийные технологии (блок-схемы, графики, таблицы и т.п.) распечатанные на принтере и переданные до начала защиты членам ГЭК.

Демонстрационный иллюстрационный материал, выносимый на защиту, является обязательной частью работы. Он должен быть органически связан с содержанием работы и в наглядной форме иллюстрировать основные положения и выводы работы. Необходимое количество, состав и содержание иллюстративного материала в каждом конкретном случае определяется по согласованию с руководителем выпускной квалификационной работы (рисунки, таблицы, диаграммы, схемы и т. п.).

Иллюстративный материал может представляться в виде презентации (в соответствующих компьютерных программах). **Презентация должна содержать 10-12 слайдов.**

Допускается вместо презентации использование листов формата А4, раздаваемые комплектами каждому члену ГЭК – «раздаточный материал». Целесообразно представление членам ГЭК материалов о деятельности предприятия – буклетов, бизнес-планов, маркетинговых программ, отчетов и т.д.

Рекомендуется в демонстрационный материал включить лист с содержанием выпускной квалификационной работы, отдельный лист посвятить изложению результатов исследования и обоснованию их экономической эффективности.

Демонстрационный материал должен быть информативным, логически необходимым, отражать существо излагаемого в докладе вопроса; во время доклада на эти материалы должны быть сделаны обязательные ссылки.

Оформление выпускной квалификационной работы

В *содержании* последовательно перечисляются заголовки разделов, подразделов, пунктов и названия приложений (приложения именуется 1, 2, 3 и т.д.) с указанием страниц, с которых **начинаются** эти элементы работы. Содержание должно включать все заголовки, имеющиеся в бакалаврской работе.

Введение – концептуальная часть выпускной квалификационной работы, в которой должна быть представлена краткая оценка современного теоретического и практического состояния решаемой проблемы, ее актуальность, тенденции развития проблемы, обоснование необходимости выполнения работы по данной теме. Показывается новизна темы, приводится исходная экономико-статистическая информация, дается ее характеристика. Излагаются наиболее значимые результаты, отражается экономическая эффективность, обеспечиваемая при их внедрении; возможность практического применения разработок. Указываются объект, предмет и метод исследования, цель и задачи работы.

Структура введения состоит из следующих элементов:

- Актуальность темы исследования (объем текста 0,5 страницы);
- Степень разработанности проблемы;
- Цель и задачи исследования;
- Объект исследования;
- Предмет исследования
- Теоретическая база исследования;
- Информационная база исследования;
- Краткое описание структуры бакалаврской работы.

Первая глава выпускной квалификационной работы

Первая глава состоит обычно из двух подразделов, имеющих содержательные названия, отражающие реально существующую и четко сформулированную проблему.

В первой главе излагаются теоретические основы темы, аналитические вопросы выбранной проблематики. При написании раздела нужно избегать общих рассуждений, не имеющих прямого отношения к теме. В данной главе рекомендуется представить:

- основные понятия по исследуемой теме;
- методы исследования, формулы и показатели; новые подходы, методы исследования и т.д.
- основные направления по оптимизации (эффективные пути решения выявленных проблем по исследуемой тематике).

Теоретическая часть представляет собой научно-методическую базу выпускной квалификационной работы и разрабатывается на основе данных отечественной и зарубежной литературы. Она содержит принципы формирования, описание законодательно-правовой базы функционирования экономических критериев, процессов, которые формулируются в ходе исследования по выбранной теме работы.

Именно в этом разделе рекомендуется привести заключение относительно использования современных научных методов, в частности математических, эконометрических и других, с тем расчётом, чтобы более адекватно обосновать соответствующие мероприятия.

Вторая глава выпускной квалификационной работы

Во второй главе даётся краткая характеристика (действующие методические основы) организации и формирования маркетинговой информации, применяемых маркетинговых методик анализа, системы некоторых технико-экономических показателей организации, а также выявленные недостатки и замечания по системе управления маркетингом (в соответствии с выбранной темой выпускной квалификационной работы) в исследуемой организации. Выявленные недостатки, проблемы должны сориентировать автора выпускной квалификационной работы на разработку им последующих мероприятий по улучшению, совершенствованию существующего положения в исследуемой организации, то есть предлагаемые мероприятия по совершенствованию должны стыковаться с выявленными недостатками и проблемами.

Приводятся:

- общие сведения о предприятии (организационно-правовая форма собственности, история создания, анализ и оценка основных технико-экономических показателей деятельности предприятия за период не менее 2-х лет и др.);
- структура управления предприятием с изложением функций отдельных подразделений, их профессионального и количественного состава и особенно бухгалтерии;

- оценка системы управления маркетингом в разрезе рассматриваемой темы;
- анализ и оценка маркетинговой деятельности предприятия в разрезе рассматриваемой темы за период не менее 2-х лет;
- проблемы, недостатки в существующей маркетинговой системе, выявленные в результате проводимого исследования.

Третья глава выпускной квалификационной работы

В третьей главе студент должен разработать мероприятия по совершенствованию изучаемых аспектов деятельности предприятия, рассчитать их экономическую и социальную эффективность, увязывая с темой выпускной квалификационной работы.

Практическая часть работы должна содержать экономически обоснованные предложения, мероприятия по решению проблем, выявленных в аналитической части работы на рассматриваемом предприятии по исследуемой теме работы. Важно привести обоснованную оценку выгоды рекомендаций (мероприятий) работы. В данной главе необходимо ориентироваться, прежде всего, на применение прогрессивных форм и методов маркетинга в соответствии с темой исследования, применение экономико-математических моделей и методов, научной организации труда специалистов маркетинговой службы и т.д., и т.п. в рамках утвержденной темы работы.

В каждом мероприятии на основе собранного и обработанного в процессе формирования первой и второй глав теоретического и аналитического материала студент может предложить исследуемому предприятию конкретные решения (мероприятия) по совершенствованию в соответствии с выбранной темой выпускной квалификационной работы, увязанные с выявленными недостатками. Каждое мероприятие должно быть доведено до практического применения.

Все предлагаемые студентом мероприятия должны быть актуальны для исследуемого предприятия, содержать научную и практическую новизну. В каждом мероприятии должна содержаться обоснованная оценка выгоды предлагаемого мероприятия.

Здесь проводятся расчёты изменения тех показателей, на величину которых повлияли предлагаемые мероприятия. Это может быть увеличение объёма производства, сокращение численности персонала, снижение затрат на производство продукции, увеличение прибыли и т.д. Результаты расчёта сводятся в таблицу.

Заключение

В заключение выпускной квалификационной работы последовательно излагаются:

- обобщения по теоретической части работы;
- выводы по аналитической части работы;

- предложения и рекомендации по практической (конструктивной) части работы;
- разработанные студентом практические рекомендации;
- оценка маркетинговой, экономической и социальной эффективности разработок, изложение народнохозяйственной, научной, социальной значимости работы;
- оценка полноты решений поставленных задач и достижения цели исследования;
- возможные направления дальнейших исследований.

Выводы должны быть содержательными, но достаточно краткими и четкими, дающими полное представление о значимости, обоснованности и эффективности работы. Каждый из выводов или рекомендаций, представленных в заключении, должен быть пронумерован.

Список использованных источников и литературы

Список использованных источников и литературы содержит перечень всех использованных источников информации, описанных в соответствии с установленными требованиями и расположенных в алфавитном порядке.

В работе могут быть использованы: законы, нормативные акты, межгосударственные стандарты (ГОСТ), государственные (ГОСТ Р), отраслевые (ОСТ), стандарты предприятий (СТП), технические условия (ТУ), инструкции, отчеты, материалы научных конференций, симпозиумов, монографии, диссертации и их авторефераты, научные статьи из сборников и периодических изданий, справочники, энциклопедии, учебники и учебные пособия. Литература на иностранных языках приводится после русскоязычной, тоже в алфавитном порядке.

Общее число источников должно быть не менее 35-40 наименований.

В начале списка источников указываются нормативно-правовые акты, затем следует список специальной литературы (монографии, статьи, учебники и учебные пособия и т.п.) Все источники даются только в строго алфавитном порядке.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

К государственной итоговой аттестации допускаются лица, завершившие полный курс обучения и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом.

Программа государственной итоговой аттестации доводится до сведения обучающихся не позднее, чем за шесть месяцев до начала государственной итоговой аттестации.

Процедура защиты выпускной квалификационной работы как акт оценки должна представлять собой совокупность:

- устного сообщения автора работы перед членами ГЭК, проводящей заседания в режиме открытого доступа. Цель такого выступления - раскрыть цель работы, ее композиция, методику исследования и полученные результаты;
- вопросов членов ГЭК и других присутствующих на процедуре защиты лицами автору работы по его выступлению или тексту работы, и его ответы на них;
- выступления научного руководителя ВКР (оглашение письменного отзыва);
- возможных дискуссионных выступлений членов ГЭК, как и иных присутствующих на защите лиц, касающихся содержания и итогов выполненной ВКР;
- закрытого обсуждения членами ГЭК результатов защиты и вынесения решения об уровне выполнения работы в форме 4-балльной оценки ("отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно") и объявляются в тот же день. При этом критерии оценки должны быть едиными для рецензента, руководителя и членов ГЭК.

Обсуждение и окончательное оценивание ответов обучающегося при проведении государственных аттестационных испытаний экзаменационная комиссия проводит на закрытом заседании, определяя итоговую оценку – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Решение об оценке знаний обучающегося принимается государственной экзаменационной комиссией открытым голосованием простым большинством членов комиссии, участвующих в заседании. Результаты государственного аттестационного испытания доводятся до обучающегося сразу после закрытого заседания экзаменационной комиссии.

Критерии оценки результатов защиты ВКР:

Оценка «отлично» ставится за совокупность знаний, умений и навыков, подтверждающих сформированность компетенций, предусмотренных федеральным государственным образовательным стандартом, и продемонстрированных выпускником при подготовке и защите ВКР, в которую входят:

- глубокие теоретические знания по исследуемой проблеме;
- знание содержания законодательно-нормативных актов по выбранной теме;
- умение собрать, обобщить и проанализировать необходимую информацию;
- прочное освоение методики анализа;
- навыки логического мышления;
- четкость изложения сути проведенного исследования и основных его результатов.

Оценка «хорошо» ставится за совокупность знаний, умений и навыков, подтверждающих сформированность компетенций, предусмотренных федеральным государственным образовательным стандартом, и продемонстрированных выпускником при подготовке и защите ВКР, в которую входят:

- достаточные теоретические знания по исследуемой проблеме;
- знание основных положений законодательно-нормативных актов по выбранной теме;
- усвоение основных элементов методики и анализа;
- умение собрать, обобщить и проанализировать необходимую информацию;
- навыки логического мышления;
- правильное изложение сути проведенного исследования и его результатов.

Оценка «удовлетворительно» ставится за совокупность знаний, умений и навыков, подтверждающих сформированность компетенций, предусмотренных федеральным государственным образовательным стандартом, и продемонстрированных выпускником при подготовке и защите ВКР, в которую входят:

- знание принципиальных положений по вопросам выбранной темы;
- знание отдельных положений законодательно-нормативных актов по выбранной теме;
- умение собрать и обобщить необходимую информацию;
- правильное изложение вопросов выбранной темы.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если в выпускной квалификационной работе и в ходе ее защиты не показаны знания, умения и навыки хотя бы по одному из вышеперечисленных требований, предъявляемых для удовлетворительной оценки.