



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Смоленский областной казачий институт промышленных технологий и
бизнеса (филиал) федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«Московский государственный университет технологий и управления
имени К.Г. Разумовского (Первый казачий университет)»



Рассмотрено
на заседании кафедры Э и М
Протокол № 6 от «25» января 2016 г.
Зав. кафедрой
 / Н.А. Михалева /

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора по УМиВР
 Д.Е. Комаров
Протокол НМС № 6
от «18» февраля 2016 г.

Кафедра _____ Экономики и
менеджмента _____

**ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ
АТТЕСТАЦИИ**

(наименование)

По направлению подготовки:

38.03.06 Торговое дело

(код, наименование)

Профиль подготовки (специализация)

«Маркетинг в торговле»

(наименование профиля подготовки)

Квалификация выпускника

Бакалавр

Курс:5

Форма обучения заочная

Вязьма 2016 г.

©. Михалёва Н. А. Программа итоговой государственной аттестации. – СОКИПТБ (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского (Первый казачий университет)», 2015

Пособие предназначено для студентов направления 38.03.06 «Торговое дело» 5 курса заочной формы обучения, 4 курса очной формы обучения

Автор: к. э. н. , доц. каф. «ЭиМ» Михалёва Н. А.

Рецензенты: к. э. н., доц. Кучерова Е. Н.

© Смоленский областной казачий институт промышленных технологий и бизнеса (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского (Первый казачий университет)» в г. Вязьме Смоленской области, 2015 г.

215119, г. Вязьма, Смоленская область, ул. Ленина, д.77

Содержание

Содержание.....	3
ЦЕЛИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ	4
ЗАДАЧИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ	4
МЕСТО УЧЕБНОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ В СТРУКТУРЕ ООП.	4
ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	4
КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТА, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ	5
МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ И ЗАЩИТЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ.....	8
ВВЕДЕНИЕ.....	8
1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ.....	9
1.1. Цели и задачи выполнения выпускной квалификационной работы	9
1.2 Место выпускной квалификационной работы в структуре ООП	10
1.3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики	10
1.4. Общие положения по выполнению выпускной квалификационной работы.....	21
2 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ.....	23
2.1 Тематика ВКР по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг в торговле»	23
2.2 Этапы выполнения выпускной квалификационной работы.....	24
3. Учебно-методическое и информационное обеспечение.....	26
3.1 Основная литература	26
3.2. Дополнительная литература.....	27
3.3 Периодические издания.....	27
3.4 Полнотекстовые базы данных.....	28
Приложение А Примерный перечень тем выпускных квалификационных работ	29

ЦЕЛИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговая аттестация выпускника является обязательной и осуществляется после освоения основной образовательной программы по направлению 38.03.06 «Торговое дело» в полном объеме. Целью государственной итоговой аттестации является систематизация и углубление теоретических и практических знаний, полученных в рамках освоения учебного плана, закрепление навыков самостоятельной исследовательской работы, определение степени готовности выпускника к практической деятельности. Федеральным государственным образовательным стандартом ВО по направлению 38.03.06 «Торговое дело» предусмотрена государственная итоговая аттестация выпускников, состоящая из итогового государственного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы.

ЗАДАЧИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Обобщить теоретические знания и практические навыки студентов в следующих сферах:

- механизм и формы проявления экономических законов развития общества в сфере обращения в условиях ограниченности ресурсов и конкуренции за их использование;
- совокупность отношений, возникающих в процессе продвижения товаров от производителей к потребителям, между субъектами рыночной экономики;
- экономическое содержание торговли как отрасли народного хозяйства в системе общественного производства, границы отрасли и ее связь с другими секторами экономики;
- современное состояние, экономические проблемы и перспективы развития торговли;
- сущность, закономерности и принципы функционирования хозяйственного механизма субъектов товаропроводящей сети;
- организация рациональной технологии оптовых и розничных торговых предприятий, систем товароснабжения;
- стратегическое и оперативное управление торговым предприятием.

МЕСТО УЧЕБНОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ В СТРУКТУРЕ ООП.

Государственная итоговая аттестация входит в раздел «Б.3.» ФГОС по направлению подготовки ВО «Торговое дело. Государственная итоговая аттестация является обязательным этапом обучения бакалавра и предусматривается рабочим планом.

ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Федеральным государственным образовательным стандартом ВО направлению 38.03.06 «Торговое дело» предусмотрена государственная

итоговая аттестация выпускников, состоящая из *защиты выпускной квалификационной работы*.

КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТА, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

В результате освоения программы бакалавриата у выпускника должны быть сформированы общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими общекультурными компетенциями:

способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности (ОК-1);

способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах (ОК-2);

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-3);

способностью работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-4);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-5);

способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности (ОК-6);

способностью поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7);

готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-8);

владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-9);

готовностью к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма (ОК-10).

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями:

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

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

владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем (ОПК-2);

умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов (ОПК-3);

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

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

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

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими виду (видам) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата:

торгово-технологическая деятельность:

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

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

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

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

организационно-управленческая деятельность:

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

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

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

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

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

научно-исследовательская деятельность:

способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности (ПК-10);

способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-11);

проектная деятельность:

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

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

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

логистическая деятельность:

готовностью участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способностью управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы (ПК-15).

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ И ЗАЩИТЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

ВВЕДЕНИЕ

Выпускная квалификационная работа (далее - ВКР) является формой итоговой государственной аттестации студента по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг в торговле».

Выпускная квалификационная работа должна отражать знания бакалавра в области торгового дела, демонстрировать уровень его профессиональной подготовки, владение профессиональными технологиями и умение разрабатывать новые подходы к решению поставленных задач. При подготовке выпускной квалификационной работы студент должен использовать знания, полученные в период обучения, а также материал, собранный во время преддипломной практики. Предприятие - база преддипломной практики, как правило, является и объектом исследования в выпускной квалификационной работе.

Выполнение выпускной квалификационной работы предусматривает:

– систематизацию, закрепление и расширение теоретических и практических знаний по направлению подготовки и применение этих знаний в решении конкретных научных, социально-экономических и управленческих задач;

– развитие навыков самостоятельной работы и овладение методикой исследования и научным экспериментом при решении разрабатываемых в ВКР проблем и вопросов.

Выполнение выпускной квалификационной работы дает возможность выявить уровень подготовки выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности в реальных рыночных условиях. Бакалавр по профилю «Маркетинг в торговле» должен знать и уметь исследовать и сегментировать рынки, изучать и прогнозировать спрос; собирать и анализировать информацию, необходимую для организации и управления коммерческой, маркетинговой деятельностью; формировать стратегию и основные элементы комплекса маркетинга; разрабатывать проекты в области маркетинга и оценивать их эффективность.

Бакалавр должен понимать сущность и социальную значимость своей профессии, необходимость постоянного повышения квалификации, как посредством дальнейшего обучения, так и самостоятельного овладения новыми знаниями.

Данные рекомендации построены в соответствии с требованиями ФГОС ВПО.

В настоящем руководстве приведены организационно-методические указания и методические рекомендации по выполнению выпускной квалификационной работы, представлена структура, содержание и требования к оформлению выпускной квалификационной работы по

направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело». Профиль «Маркетинг в торговле».

Руководство по выполнению выпускной квалификационной работы составлено в соответствии с требованиями ООП 38.03.06 Торговое дело на базе ФГОС ВПО и в соответствии с рабочими учебными планами указанного направления.

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

1.1. Цели и задачи выполнения выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа является заключительным этапом подготовки бакалавра по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг в торговле» и имеет своей *целью*:

- углубление и систематизация теоретических знаний в области организации, управления и проектирования процессов коммерческой деятельности, маркетинга, торгово-посреднической деятельности, полученных за период обучения;

- закрепление навыков торгово-технологической, организационно-управленческой, маркетинговой, научно-исследовательской и проектной деятельности;

- развитие способностей к самостоятельной работе при поиске и обосновании путей решения профессиональных проблем и задач;

- демонстрацию уровня овладения методикой исследования в сфере торговой и маркетинговой деятельности, степени готовности студента к решению профессиональных задач в современных условиях.

В ходе выполнения выпускной квалификационной работы студент должен показать способность к решению следующих профессиональных задач:

- выявление, формирование и удовлетворение потребностей;
- разработка и внедрение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций;

- сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой деятельностью;

- изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка;

- составление документации в области маркетинговой деятельности;

- соблюдение действующего законодательства и нормативных документов в сфере профессиональной деятельности;

- выбор деловых партнеров, проведение деловых переговоров, заключение договоров на взаимовыгодной основе и контроль за выполнением договоров;

- управление ассортиментом и качеством товаров и услуг;
- выбор и реализация стратегии ценообразования;
- управление персоналом;
- анализ и оценка маркетинговой деятельности;
- организация и осуществление профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или логистической, или рекламной, или товароведной);
- организация, проведение маркетинговых исследований;
- проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденными методиками;
- участие в разработке инновационных методов, средств и технологий осуществления маркетинговой деятельности;
- разработка и участие в реализации проектов в области коммерции и маркетинга.

1.2 Место выпускной квалификационной работы в структуре ООП

Согласно графику учебного процесса период подготовки и защиты ВКР у студентов направления 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Маркетинг в торговле» занимает 6 недель в объеме 9 зачетных единиц в течение 8 семестра:

- подготовка ВКР блок Б.6 «Итоговая государственная аттестация», трудоемкость – 6 з.е. (4 недели);
- защита ВКР блок Б.6 «Итоговая государственная аттестация», трудоемкость – 3 з.е. (2 недели).

Выполнение выпускной квалификационной работа базируется на профессиональных и общекультурных компетенциях, полученных студентом при изучении дисциплин, как профессионального, так и гуманитарного, социального и экономического, математического и естественно-научного циклов.

Выпускная квалификационная работа основывается на обобщении результатов выполненных курсовых работ, профессиональных и научно-исследовательского практикумов и подготавливается к защите в завершающий период теоретического обучения.

К дипломному проектированию допускаются студенты, завершившие полный теоретический курс обучения в соответствии с учебным планом направления, успешно прошедшие учебную, социальную, производственную и преддипломную практики.

1.3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

Выполнение ВКР направлено на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС:

Компетенции	Знания/ умения/ владения (ЗУВ)	
<p>ОК-1 Владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;</p>	Знание:	<ul style="list-style-type: none"> - методы анализа, систематизации и обобщения учебной информации - закономерности функционирования современной экономики на макро- и микроуровне - основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки - сущность, содержание, основные принципы, функции, методы менеджмента
	Умения:	<ul style="list-style-type: none"> - использовать правовые нормы в профессиональной и общественной деятельности - использовать источники экономической, социальной, управленческой информации
	Владение:	<ul style="list-style-type: none"> современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных - основными методами управления - навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений - умениями применять принципы и методы менеджмента в профессиональной деятельности
<p>ОК-2 Умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, способность свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний</p>	Знание:	<ul style="list-style-type: none"> - понятийно-категориального аппарата в сфере профессиональной деятельности - информационных технологий в профессиональной деятельности
	Умения:	<ul style="list-style-type: none"> - применять статистические методы обработки экспериментальных данных - обрабатывать методами статистики информацию на основе стандартных приложений Windows (Excel) использовать знание русского языка в профессиональной деятельности, социальной и профессиональной коммуникации и межличностном общении - строить стандартные теоретические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты -представлять результаты аналитической и исследовательской работы в виде выступления, доклада, информационного обзора, аналитического отчета, статьи
	Владение:	<ul style="list-style-type: none"> - средствами реализации информационных процессов - аналитическими методами оценки эффективности деятельности предприятий способностью к коммуникациям в профессиональной деятельности - навыками практического анализа ситуаций в сфере профессиональной деятельности - навыками описания экономических процессов и явлений - методами анализа и интерпретации результатов

ОК-4 Способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовность нести за них ответственность.	Знание:	<ul style="list-style-type: none"> - процесса и способа принятия управленческих решений - видов управленческих решений и методы их принятия - типов организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования
	Умения:	<ul style="list-style-type: none"> - принимать участие в разработке управленческих решений - нести ответственность за реализацию управленческих решений - ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности - осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач - выполнять необходимые для составления экономических разделов и планов расчеты
	Владение:	<ul style="list-style-type: none"> - методами принятия решений - методами реализации основных управленческих функций: принятие решений, планирование, организация, мотивирование и контроль - методами сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения поставленных экономических задач - методами обоснования и представления результатов решений в соответствии с принятыми в организации стандартами
ОК-5 Готовность к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма	Знание:	- мотивов, целей и задач, ценностных ориентиров профессиональной деятельности, реализации личности
	Умения:	<ul style="list-style-type: none"> - прогнозировать и реализовывать планы своего профессионального роста - анализировать и оценивать социально-экономическую информацию
	Владение:	результативно и с высокой эффективностью исполнять профессиональные обязанности
ОК-7 Способность осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности, способность анализировать социально-значимые проблемы и	Знание:	<ul style="list-style-type: none"> - мер ответственности за организационно-управленческие решения в области профессиональной деятельности; - проявлений социальной значимости и социальной ответственности своей будущей профессии
	Умения:	<ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности - предлагать способы решения профессиональных проблем с учетом критериев социальной ответственности бизнеса - находить применение своим профессиональным знаниям и уровню своей квалификации в сфере бизнеса, некоммерческих организаций и государственных учреждений - анализировать социально-значимые проблемы и

		процессы
	Владение:	<ul style="list-style-type: none"> - Навыками оценки профессиональных решений с учетом критериев социальной ответственности бизнеса - высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности
ОК-8 Осознание сущности и значения информации в развитии современного общества; владение основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыками работы с компьютером как средством управления информацией.	Знание:	<ul style="list-style-type: none"> - сущности и значения информации в процессе осуществления профессиональной деятельности - методов, источников, процедур получения, обработки, анализа и хранения информации, необходимой при принятии управленческих решений
	Умения:	<ul style="list-style-type: none"> использовать методы, способы и средства получения, хранения, переработки профессиональной информации - защищать права на интеллектуальную собственность - собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов - строить стандартные теоретические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты
	Владение:	<ul style="list-style-type: none"> - основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации; - владеть методами сбора и анализа результатов расчетов данных, необходимых для расчета экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов; навыками использования современных программных продуктов, вычислительной техники, информационных ресурсов для решения профессиональных задач
ПК-1 Способность применять основные законы социальных, гуманитарных, экономических и естественно-научных наук в профессиональной деятельности, а также методы	Знания:	<ul style="list-style-type: none"> - организационно-правовых форм предприятий, их ресурсов, экономических показателей деятельности предприятий, анализа и оценки эффективности финансово-хозяйственной организации предприятия - целей, объектов, субъектов профессиональной деятельности, договоры в профессиональной деятельности, внедоговорные обязательства, правовую охрану собственности и правовую защиту интересов субъектов профессиональной деятельности, ее государственное регулирование и контроль

<p>математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем;</p>	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять ресурсы предприятия, экономические показатели его деятельности - использовать источники экономической, социальной, управленческой информации - анализировать и интерпретировать экономическую информацию и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений; - собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов; - строить стандартные теоретические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты
	<p>Владения:</p> <p>методами и приемами анализа маркетинговой информации с помощью стандартных теоретических и эконометрических моделей</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналитическими методами для оценки эффективности маркетинговой и рекламной деятельности на предприятиях - методами сбора и анализа результатов расчетов данных, необходимых для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов
<p>ПК-2 Умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - целей, объектов, субъектов профессиональной деятельности, договоры в профессиональной деятельности, внедоговорные обязательства, правовую охрану собственности и правовую защиту интересов субъектов профессиональной деятельности, ее государственное регулирование и контроль
	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять действующее законодательство в профессиональной деятельности бакалавров маркетинга; - применять типовые методики и действующую нормативно-правовую базу; - соблюдать действующее законодательство и требования нормативных актов при принятии и реализации профессиональных решений;
	<p>Владение:</p> <ul style="list-style-type: none"> - опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности; - умениям и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельности;
<p>ПК-3 Способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основных понятий, целей, принципов, объектов, методов товароведения, ассортиментные, квалиметрические, количественные характеристики товаров - классификации укрупненного ассортимента

качество.		потребительских товаров - факторов их обеспечивающих
	Умения:	- формировать ассортимент, оценивать качество, учитывать формирующие и регулировать сохраняющие товары факторы, получать товарную информацию об основополагающих характеристиках товара из маркировки и товарно-сопроводительных документов - разрабатывать стратегии и программы по управлению качеством товаров и услуг собирать и анализировать данные, необходимые для принятия управленческих решений по ассортименту а качеству товаров, услуг - проводить анализ действующего ассортимента товаров, услуг, разрабатывать и экономически обосновывать рекомендации по его оптимизации
	Владение:	- навыками работы с товарами разного назначения, а также с нормативными и техническими документами по оценке и подтверждению соответствия обязательным требованиям - методами анализа товарного ассортимента, подходами к выбору направлений его совершенствования
ПК-4 Способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность;	Знания:	- организационно-правовые формы предприятий, их ресурсы, экономические показатели деятельности предприятий, анализ и оценку эффективности финансово-хозяйственной организации (предприятия) - общую теорию статистики, статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности, статистические методы оценки и прогнозирования этих видов деятельности
	Умения:	- применять статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельности - оценивать и анализировать финансовые возможности предприятий - осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты - собирать, анализировать и интерпретировать финансовую, экономическую, маркетинговую информацию, содержащуюся в отчетности предприятий и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений; - прогнозировать бизнес-процессы, оценивать их текущую и перспективную эффективность
	Владение:	- аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой, товароведной, маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях;

		<ul style="list-style-type: none"> - владеть методами анализа и интерпретации финансовой, экономической, маркетинговой информации для оценки состояния и прогноза развития бизнес-процессов
<p>ПК-5 Способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов.</p>	Знания:	<ul style="list-style-type: none"> - виды, типы, функции торговых предприятий и управление торгово-технологическим процессом, организацию труда и управление на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий, охрану труда персонала - виды товарных потерь, причины возникновения, порядок списания, меры предупреждения и сокращения
	Умения:	<ul style="list-style-type: none"> ориентироваться в вопросах управления предприятием, его материальными ресурсами, финансами, персоналом - проводить учет товаров и материальных ценностей - осуществлять учет, контроль и анализ затрат в торгово-технологических процессах - анализировать организацию торгово-технологических процессов на предприятии, оценивать затраты материальных и трудовых ресурсов, разрабатывать рекомендации по их снижению
	Владение:	<ul style="list-style-type: none"> методами получения и анализа информации для оценки торгово-технологических процессов и ресурсов на предприятии - процедурами инвентаризации, - методами контроля за соблюдением правил и сроков хранения товарно- материальных ценностей - методами и средствами управления торгово-технологическими процессами на предприятии
<p>ПК-6 Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.</p>	Знания:	<ul style="list-style-type: none"> цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы маркетинга, маркетинговую среду и ее анализ, маркетинговые исследования, организацию деятельности маркетинговых служб
	Умения:	<ul style="list-style-type: none"> выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка;
	Владение:	<ul style="list-style-type: none"> методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; умением проводить маркетинговые исследования;
<p>ПК-7 Способность идентифицировать товары для</p>	Знания:	<ul style="list-style-type: none"> - цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, средства, методы, нормативно-правовую базу стандартизации, метрологии, деятельности по

<p>выявления и предупреждения их фальсификации;</p>		<p>оценке и подтверждению соответствия;</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды, формы, средства товарной информации, ее правовую базу
	Умения:	<ul style="list-style-type: none"> - применять техническое и метрологическое законодательство, работать с нормативными документами, распознавать формы подтверждения соответствия - различать международные и национальные единицы измерения применять принципы стандартизации и метрологического обеспечения оценки качества товаров и торгового процесса - применять технические регламенты и другие российские и международные нормативно-правовые документы, регламентирующие качество и безопасность потребительских товаров
	Владение:	<ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с товарами разного назначения, а также с нормативными и техническими документами по оценке и подтверждению соответствия обязательным требованиям - правилами подтверждения соответствия, принципами технического регулирования и стандартизации, - нормативной документацией в товароведной и оценочной деятельности - способностью идентифицировать товары, навыками их оценки и подтверждения соответствия обязательным требованиям
<p>ПК- 9 Способность распознавать и оценивать опасности разных видов с учетом общепринятых критериев</p>	Знания:	<ul style="list-style-type: none"> - основы безопасности жизнедеятельности - виды опасностей, способных причинить вред человеку, и критерии их оценки
	Умения:	<ul style="list-style-type: none"> -распознавать и оценивать опасности с учетом общепринятых критериев
	Владение:	<ul style="list-style-type: none"> -навыками распознавания и оценки опасностей с учетом общепринятых критериев -навыками принятия оптимальных решений с учетом вида и степени опасности -основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных опасностей
<p>ПК-10 Способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение.</p>	Знания:	<ul style="list-style-type: none"> - основные понятия, цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты, методологические основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы, договоры в коммерческой деятельности - критерии оценки и выбора деловых партнеров - принципы, этапы деловых переговоров, деловой этикет
	Умения:	<ul style="list-style-type: none"> - выбирать поставщиков и торговых посредников - заключать договора и контролировать их соблюдение - организовывать переговорный процесс, в том числе с использованием современных средств коммуникации - заключать договора и контролировать их выполнение

		- проводить оценку и выбор деловых партнеров
	Владение:	нормами деловой переписки и делопроизводства - навыками деловых коммуникаций в профессиональной среде - навыками делового общения в стандартных профессиональных ситуациях - умениями вести деловые переговоры
ПК-11 Способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной маркетинговой деятельностью;	Знания:	- основные понятия, цели, классификацию информационных технологий и характеристику отдельных видов, интеграцию информационных технологий в коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной и товароведной деятельности, электронно-платежные системы
	Умения:	- применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельностью - использовать информационные компьютерные технологии в профессиональной деятельности - проектировать и обеспечивать функционирование маркетинговой информационной системы - решать исследовательские и аналитические задачи
	Владение:	- методами сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; умением проводить маркетинговые исследования - умениями и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельности; -- навыками применения современных технических средств и информационных технологий для получения информации, необходимой при принятии профессиональных решений - методами решения исследовательских и аналитических задач
ПК-12 Готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной маркетинговой деятельности и проверять правильность ее оформления;	Знания:	- сущность и методы бухгалтерского учета, основы его организации, учетную политику организации, бухгалтерский учет расчетов, основных средств, нематериальных активов и других объектов, бухгалтерскую отчетность и ее международные стандарты, автоматизацию бухгалтерского учета - нормативно-правовую базу стандартизации, метрологии, деятельности по оценке и подтверждению соответствия
	Умения:	- применять техническое и метрологическое законодательство, работать с нормативными документами, распознавать формы подтверждения соответствия - использовать техническую документацию в своей профессиональной деятельности

		- анализировать техническую документацию, составлять техническое задание на проведение работ в сфере профессиональной деятельности
	Владения:	- навыками работы с нормативными и техническими документами по оценке товаров и подтверждению соответствия обязательным требованиям - навыками работы с технической документацией в своей профессиональной деятельности
ПК-13 Способность обеспечивать материально-техническое снабжение предприятия, закупки и продажу (сбыт) товаров, управлять товарными запасами.	Знания:	- классификацию укрупненного ассортимента потребительских товаров; факторы, их обеспечивающие - виды товарных потерь, причины возникновения, порядок списания, меры предупреждения и сокращения - особенности логистики в торговле
	Умения:	- формировать ассортимент - выбирать логистические цепи и схемы; управлять логистическими процессами компании - проводить учет товаров и материальных ценностей - осуществлять товарный менеджмент при производстве, закупке и реализации товарно-материальных ценностей - анализировать организацию материально-технического снабжения и систему сбыта предприятия, разрабатывать меры по их совершенствованию
	Владение:	умениями вести деловые переговоры - навыками работы с товарами разного назначения - осуществлять выбор каналов распределения, поставщиков и торговых посредников, - заключать договоры и контролировать их исполнение - методами и средствами управления логистическими процессами - навыками организации и управления системами материально-технического снабжения и сбыта на предприятии - методами контроля, связанными с закупкой, поставкой, транспортировкой, приемкой и реализацией товаров
ПК-14 Готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации.	Знания:	сущность, содержание, основные принципы, функции, методы менеджмента; миссии организаций, цели и стратегии управления; управление персоналом;
	Умения:	осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты;
	Владение:	умениями применять принципы и методы менеджмента в профессиональной деятельности; аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой, товароведной, маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях;

ПК-16 Способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности.	Знания	цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы маркетинга, маркетинговую среду и ее анализ, маркетинговые исследования, организацию деятельности маркетинговых служб
	Умения:	выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка; применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельностью;
	Владение:	методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; умением проводить маркетинговые исследования;
ПК-17 Способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной маркетинговой деятельности.	Знания:	<ul style="list-style-type: none"> - основные цели, принципы разработки инноваций в профессиональной среде - характеристику основных инновационных средств, методов, технологий - возможности и перспективы внедрения инноваций в коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной деятельности
	Умения:	<ul style="list-style-type: none"> - использовать современные инновационные методы, средства, технологии в профессиональной деятельности - совершенствовать различные области профессиональной деятельности на основе внедрения инновационных методов, средств и технологий
	Владения:	<ul style="list-style-type: none"> - подходами к разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности - способностью к разработке и внедрению к разработке инновационных методов, средств и технологий
ПК-18 Способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности, маркетинговые процессы с использованием информационных технологий.	Знания:	<ul style="list-style-type: none"> - цели, объекты, субъекты, области профессиональной деятельности - нормы и методы, методику проектирования в различных областях профессиональной деятельности
	Умения:	- использовать современные информационные технологии в сфере профессиональной деятельности
	Владение:	- разрабатывать и экономически обосновывать проекты в областях профессиональной деятельности
ПК-19 Готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной	Знания	- особенности реализации проектов в различных областях профессиональной деятельности
	Умения:	<ul style="list-style-type: none"> - взаимодействовать с партнерами в процессе реализации проектов профессиональной деятельности - планировать и организовывать процесс реализации

маркетинговой деятельности.		бизнес-проектов, оценивать предварительные и итоговые результаты
	Владение:	- навыками деловой коммуникации - навыками реализации проектов в профессиональной деятельности - профессиональными качествами для реализации проектов в области профессиональной деятельности

1.4. Общие положения по выполнению выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа представляет собой самостоятельное научное исследование, уровень которого должен отвечать образовательной программе, а содержание подтверждать соответствие уровня подготовки выпускника требованиям ФГОС высшего профессионального образования по направлению 38.03.06 «Торговое дело». Профиль «Маркетинг в торговле».

Выпускная квалификационная работа должна иметь высокий научно-теоретический уровень и практическую направленность, показать умение студента систематизировать и анализировать данные, полученные на основе проведения кабинетных и полевых исследований.

Выпускная квалификационная работа выполняется в форме бакалаврской работы. Бакалаврская работа ориентирована на решение задач, связанных с необходимостью выявления закономерностей, тенденций, разработкой прогнозов, выводов по результатам анализа, предложений по совершенствованию методик анализа, планирования и т.д. Полученные результаты должны быть дополнены комплексом разработанных мероприятий или предложений по их использованию в практической деятельности. Работа должна содержать развернутую аналитическую и исследовательскую части, широкий анализ информации по рассматриваемой проблеме и обоснование предложений по ее решению.

В выпускной квалификационной работе студент должен представить результаты собственного научного исследования по теме, обобщить комплекс знаний, полученных за время обучения.

В период выполнения ВКР студент обязан:

- в сроки, установленные графиком издания локальных актов по студенческому составу, документирующих процесс ПИО и подготовки и защиты ВКР в текущем учебном году, подать заявление о закреплении базового предприятия для выполнения ВКР;

- в сроки, установленные графиком издания локальных актов по студенческому составу, документирующих процесс ПИО и подготовки и защиты ВКР в текущем учебном году, выбрать и согласовать с научным руководителем тему ВКР;

- написать заявление на закрепление темы и научного руководителя ВКР;

- придерживаться задания на ВКР, составленного научным руководителем;
- строго соблюдать график дипломного проектирования;
- посещать консультации научного руководителя согласно графику, составленному выпускающей кафедрой;
- посещать консультации по нормоконтролю согласно графику, составленному выпускающей кафедрой;
- являться на предварительные защиты бакалаврской работы, организованные выпускающей кафедрой;
- получить у руководителя отзыв на бакалаврскую работу;
- подготовить все сопроводительные документы к бакалаврской работе, свидетельствующие о ее результатах:
 - а. выступление на конференции,
 - б. публикация тезисов конференции, либо справка издательства о принятии к публикации;
 - с. отчетные материалы по результатам проведенного исследования (выполненного проекта).
- собрать все необходимые подписи на титульном листе, задании и календарном графике ВКР;
- подготовить доклад, раздаточный и презентационный материалы по ВКР к защите.

В функции научного руководителя бакалаврской работы входит:

- в случае выполнения студентом практико-ориентированной работы взаимодействовать с руководителями предприятия либо структурного подразделения университета по вопросам согласования темы ВКР и технического задания на НИР;
- составить задание на выпускную квалификационную работу (Приложение Б);
- ориентировать студента в направлениях поиска научной и учебно-методической литературы, других информационных источников по теме ВКР;
- проводить консультации по вопросам выполнения и подготовки ВКР к защите ВКР согласно графику консультаций;
- контролировать ход дипломного проектирования и соблюдение студентом сроков подготовки работы;
- проводить проверку выполняемой бакалаврской работы (по частям и в целом);
- оказывать студенту помощь в подготовке результатов ВКР (выступление на конференции, публикация тезисов конференции, отчетные материалы по результатам проведенного исследования);
- составить письменный отзыв на бакалаврскую работу (Приложение Г);

– консультировать студента по составлению доклада, раздаточного и презентационного материала по ВКР к заседанию ГАК.

2 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

2.1 Тематика ВКР по направлению 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Маркетинг в торговле»

При ежегодном определении выпускающей кафедрой тематики ВКР используется два основополагающих подхода:

1) Научно-ориентированный подход - имеет место при определении тем ВКР, выполняемых в рамках:

- грантовых программ кафедры;
- НИР по приоритетным направлениям развития образовательной, научной и инновационной деятельности университета;
- выполнения плана НИР кафедры.

1) Практико-ориентированный подход - имеет место при определении тем ВКР, выполняемых:

- по заказам внутренних подразделений университета.,
- на основе хозяйственных договоров с внешними предприятиями, организациями.

Примерный перечень тем выпускных квалификационных работ для студентов направления 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Маркетинг в торговле»

1. Анализ внешней среды функционирования предприятия.
2. Изучение потребительских предпочтений на региональном рынке и разработка рекомендаций для его операторов.
3. Оценка и прогнозирование конъюнктуры регионального рынка (на примере конкретного товарного рынка).
4. Анализ состояния и тенденций развития международного товарного рынка /рынка услуг.
5. Исследование товарного рынка и разработка рекомендаций для его операторов.
6. Моделирование маркетинговой информационной системы (на примере конкретного предприятия).
7. Оптимизация деятельности предприятия на основе внедрения Internet-технологий.
8. Пути повышения конкурентоспособности предприятия (торгового, строительного, туристского, производственного и пруб.).
9. Разработка конкурентной стратегии предприятия.
10. Оценка эффективности рекламной деятельности предприятия.
11. Разработка программы маркетинга (на примере конкретного предприятия).

12. Разработка мероприятий целевого маркетинга для предприятия.
13. Формирование коммуникационной политики предприятия.
14. Разработка стратегии и тактики рекламной деятельности предприятия.
15. Формирование сбытовой политики предприятия.
16. Разработка стратегии позиционирования предприятия.
17. Формирование ассортиментной политики предприятия.
19. Разработка стандартов мерчандайзинга для предприятия-производителя / торгового предприятия.
20. Управление личными продажами в торговой фирме.
18. Управление службой маркетинга (на примере конкретного предприятия).
19. Управление службой сервиса торгового предприятия.
20. Формирование ассортиментной политики для коммерческого банка.
21. Формирование товарной политики торговой (туристской, строительной и пруб.) фирмы.
22. Формирование ценовой политики фирмы (на примере конкретного предприятия).
23. Анализ потребительских предпочтений и сегментирование рынка (на примере конкретного рынка).
24. Разработка маркетинговой стратегии международной компании на российском рынке.
25. Формирование программы лояльности потребителей (на примере конкретного предприятия).

В данном руководстве приведен примерный перечень тем, выбор темы должен производиться не из списка, указанного выше, а из перечня, утвержденного на заседании кафедры на текущий учебный год.

2.2 Этапы выполнения выпускной квалификационной работы

Выполнение выпускной квалификационной работы включает ряд последовательных этапов:

1. Обоснование актуальности выбранной темы.
2. Составление программы исследования.
3. Подготовка аналитического обзора по теме.
4. Сбор исходных данных.
5. Обработка и анализ полученной информации;
6. Разработка организационно-управленческих решений в области маркетинга, рекламы и обоснование их эффективности.
7. Оформление ВКР в соответствии с нормативными требованиями, предъявляемыми к научным исследованиям такого вида.

На начальном этапе исследования необходимо сформулировать и обосновать научную / управленческую проблему. Обосновать ее ценность и

значение для профессиональной организационно-управленческой деятельности в области коммерции, маркетинга.

Вторым этапом является составление программы исследования. На данном этапе совместно с руководителем необходимо определить цели и задачи дипломного проектирования; указать объект и предмет исследования; определить обследуемую совокупность объектов; сформулировать научные гипотезы, выбрать методы и разработать методику сбора и обработки исходной информации.

Далее проводят критический анализ состояния проблемы на основе подбора и изучения информационных источников: изучают теоретические положения, нормативную базу, учебную, специальную литературу по избранной теме, проводят анализ основных понятий. Следует определить глубину проработки темы в научной литературе, ознакомиться с трудами ведущих ученых в данном направлении, изучить публикации в специальных периодических изданиях, материалы сети Internet.

После исследования теоретических аспектов проблемы приступают к следующему этапу – сбору необходимого фактического материала для проведения конкретного вида анализа. Основной массив данных для написания ВКР студент обязан собрать в период прохождения преддипломной практики. Ниже приведен примерный перечень исходных данных, подлежащих анализу в случае выполнения практико-ориентированной ВКР:

- организационно-правовая форма, основные направления деятельности, ресурсы предприятия;
- основные экономические показатели деятельности предприятия;
- организационно - управленческая структура предприятия, место службы маркетинга в управлении предприятием;
- организация маркетинговой деятельности на предприятии;
- сведения, характеризующие бизнес - процессы в области маркетинговой / коммерческой/ деятельности и их эффективность;
- сведения, характеризующие товарную, ценовую, сбытовую и коммуникационную политику предприятия,
- показатели, характеризующие конъюнктуру товарного рынка, данные о спросе и предпочтениях потребителей;
- сведения, характеризующие маркетинговую среду организации;
- сведения о положении предприятия на рынке, его конкурентоспособности.

В случае выполнения научно-ориентированной ВКР, перечень необходимого исходного, статистического материала определяется совместно с руководителем ВКР в соответствии с проблематикой исследования.

В последующем проводится анализ собранных данных, с использованием соответствующих методов обработки и анализа информации. На данном этапе дают оценку маркетинговой / коммерческой деятельности предприятия и эффективности отдельных бизнес-процессов.

Изучают факторы и условия формирования и реализации различных аспектов маркетинговой деятельности, оценивают характер их влияния на изменение экономических и рыночных показателей конкретного объекта исследования. На основе проведенного комплексного анализа по решению проблем в области организации и управления маркетинговой / коммерческой деятельностью необходимо сделать выводы и разработать рекомендации по ее совершенствованию.

Для практико-ориентированных ВКР в обязательном порядке выполняется разработка проектов и систем в области коммерции, маркетинга с обоснованием их экономической эффективности. Для научно-ориентированных работ предложения, выносимые на защиту, должны включать элементы научной новизны и/или обладать практической значимостью.

Оформление ВКР в соответствии с нормативными требованиями, предъявляемыми к научным исследованиям такого рода, является логическим завершением всех предшествующих этапов. Для защиты выпускной квалификационной работы следует также подготовить наглядный графический материал, иллюстрирующий основные положения доклада. Он должен быть подобран из материала, представленного в выпускной квалификационной работе. Материал представляется в форме раздаточного материала, может быть продублирован презентацией в формате Power Point (по желанию).

3. Учебно-методическое и информационное обеспечение

3.1 Основная литература

1. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок: учебник для слушателей, обуч. по программе "Мастер делового администрирования" / Ж. Ламбен, РУБ. Чумпитас, И. Шулинг ; [перуб. с англ. под ред. В. Б. Колчанова]. - 2-е изд. - СПб. : Питер, 2012.

2. Буров В. П. Бизнес-план фирмы: теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / В. П. Буров, А. Л. Ломакин, В. А. Морошкин. - М. : ИНФРА-М, 2015. - 192 с.

3. Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования: учебник для студентов вузов / Б. Е. Токарев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Магистр : ИНФРА-М, 2013. - 512 с.

4. Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования рыночных ниш инновационных продуктов / Б. Е. Токарев. - М. : Магистр : ИНФРА-М, 2015. - 272 с.

5. Орлова П. И. Бизнес-планирование: учебник [для студентов вузов] / П. И. Орлова ; [под ред. М. И. Глухой]. - М. : Дашков и К°, 2013. - 284 с.

6. Дубровин И. А. Бизнес-планирование на предприятии: учебник для бакалавров, обуч. по направлению подготовки "Экономика" / И. А. Дубровин. - 2-е изд. - М. : Дашков и К*, 2013.

7. Ковалевский В. П. Организация рекламной деятельности: учебное пособие для студентов вузов / В. Н. Хапенков, О. В. Сагинова, Д. В. Федюнин ; Оренбург. гос. ун-т. - . - Оренбург : Изд-во ОГУ, 2012

8. Поляков В. А. Рекламный менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов (бакалавриат) / В. А. Поляков, А. А. Романов. - М. : КУРС : ИНФРА-М, 2015. - 352 с.

9. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебник для бакалавров / И. М. Лифиц ; Рос. гос. торгово-экон. ун-т. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2013.

3.2. Дополнительная литература

1. Калужский М. Л. Практический маркетинг: учеб. пособие [для студентов вузов] / М. Л. Калужский ; Фин. ун-т при Правительстве РФ. - 2-е изд. - М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2015. - 132 с.

2. Маркова В. Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений: справочное пособие / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. - М. : ИНФРА-М, 2012.

3. Маркетинг: активные методы обучения: учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по специальности "Маркетинг" / Т. Н. Парамонова, А. О. Блинов, Е. Н. Шереметьева, Г. В. Погодина. - М. : КНОРУС, 2015. - 406 с.

4. Соловьев Б. А. Маркетинг: учебник для студентов вузов / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов ; Рос. экон. академия им. Г. В. Плеханова. - М. : ИНФРА-М, 2011. - 336 с. - (Высшее образование).

5. Чувакова С. Г. Стратегический маркетинг: учеб. пособие [для студентов вузов] / С. Г. Чувакова. - 2-е изд. - М. : Дашков и К*, 2012. - 272 с.

6. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учеб. пособие для студентов вузов / [авт. кол.: Н. А. Нагапетьянц и др.] ; под общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2014. - 282 с.

7. Каменева Н. Г. Маркетинговые исследования: учебное пособие для студентов вузов / Н. Г. Каменева, В. А. Поляков. - М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2011.

8. Герасимов Б. И. Маркетинговые исследования рынка: учебное пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования / Б. И. Герасимов, Н. Н. Мозгов. - М. : ФОРУМ, 2011.

9. Траут, Джек. Маркетинговые войны. Юбилейное издание / Д. Траут, Э. Райс ; [перуб. с англ.]. - СПб. : Питер, 2015. - 304 с.

3.3 Периодические издания

1. Журнал «Маркетинг Менеджмент» - М: ООО «Редакция журнала «Маркетинг Менеджмент»

2. Журнал «Маркетинг PRO» – М: ООО«Фронтлайн»

3. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» – М: Изд-во «Финпресс»

4. Журнал «Практика рыночных исследований» – М: ООО«Гортис»

5. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования в России» - М: ЗАО "Издательский дом Гребенникова".
6. Журнал «РЕКЛАМОДАТЕЛЬ: теория и практика» – М: ООО «ИМГ»
7. Журнал «Индустрия рекламы» – М: «Бизнес Медиа Коммуникации»

3.4 Полнотекстовые базы данных

Библиотека СОКИПТБ имеет подписку на ряд полнотекстовых электронных баз данных, которые необходимо использовать при подготовке к занятиям и для самостоятельной работы студентов. Доступ к нижеуказанным базам данных осуществляется через сеть СОКИПТБ, доступ предоставляется в ауд. 1302,1312,1310.

1. Система дистанционного образования MOODLE (модульная объектно-ориентированная динамическая учебная среда.)
<http://do.vfmgutu.ru:800/login/index.php/> электронный курс «Государственная итоговая аттестация»
2. Литература из Электронной библиотечной системы «Знаниум»
<http://znanium.com/>
3. Информационно-правовая база «Консультант», cons@robotech.ru , ООО ИЦ «Консультант-выбор»
4. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» -
<http://cyberleninka.ru>
9. Информационно-аналитическое агентство ИНТЕГРУМ [электронный ресурс] доступно с <http://aclient.integrum.ru/login.aspx?si=2R>

Приложение А

Примерный перечень тем выпускных квалификационных работ
для студентов направления 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Маркетинг в торговле»

1. Анализ внешней среды функционирования предприятия.
2. Изучение потребительских предпочтений на региональном рынке и разработка рекомендаций для его операторов.
3. Оценка и прогнозирование конъюнктуры регионального рынка (на примере конкретного товарного рынка).
4. Анализ состояния и тенденций развития международного товарного рынка /рынка услуг.
5. Исследование товарного рынка и разработка рекомендаций для его операторов.
6. Моделирование маркетинговой информационной системы (на примере конкретного предприятия).
7. Оптимизация деятельности предприятия на основе внедрения Internet-технологий.
8. Пути повышения конкурентоспособности предприятия (торгового, строительного, туристского, производственного и пруб.).
9. Разработка конкурентной стратегии предприятия.
10. Оценка эффективности рекламной деятельности предприятия.
11. Разработка программы маркетинга (на примере конкретного предприятия).
12. Разработка мероприятий целевого маркетинга для предприятия.
13. Формирование коммуникационной политики предприятия.
14. Разработка стратегии и тактики рекламной деятельности предприятия.
15. Формирование сбытовой политики предприятия.
16. Разработка стратегии позиционирования предприятия.
17. Формирование ассортиментной политики предприятия.
19. Разработка стандартов мерчандайзинга для предприятия-производителя / торгового предприятия.
20. Управление личными продажами в торговой фирме.
18. Управление службой маркетинга (на примере конкретного предприятия).
19. Управление службой сервиса торгового предприятия.
20. Формирование ассортиментной политики для коммерческого банка.
21. Формирование товарной политики торговой (туристской, строительной и пруб.) фирмы.
22. Формирование ценовой политики фирмы (на примере конкретного предприятия).
23. Анализ потребительских предпочтений и сегментирование рынка (на примере конкретного рынка).

24. Разработка маркетинговой стратегии международной компании на российском рынке.

25. Формирование программы лояльности потребителей (на примере конкретного предприятия).