

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 28.05.2026 15:27:51
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 6
к образовательной программе

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ,
ВКЛЮЧАЮЩАЯ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ
ГОСУДАРСТВЕННЫХ АТТЕСТАЦИОННЫХ ИСПЫТАНИЙ**

38.04.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент

(наименование образовательной программы)

Магистр

(квалификация)

Очная, заочная

(форма обучения)

Год набора - 2025

Донецк

Рабочая программа государственной итоговой аттестации по образовательной программе магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистратуры, Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636, и локальными нормативными актами Академии.

Составители:

Лизогуб Римма Петровна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики

Лунина Виктория Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и логистики

Саенко Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и логистики

Заведующий кафедрой:

Попова Татьяна Александровна, канд. экон. наук, доцент, заведующий кафедрой маркетинга и логистики

Рабочая программа государственной итоговой аттестации одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики Донецкого филиала РАНХиГС протокол №1 от «05» ноября 2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	4
2. ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ	5
3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ГИА	6
4. ОБЪЕМ ГИА И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ	10
5. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ГИА	11
6. ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА	12
7. ПОДГОТОВКА К ПРОЦЕДУРЕ ЗАЩИТЫ И ЗАЩИТА ВКР	32
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ГИА	41
ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ АТТЕСТАЦИОННЫХ ИСПЫТАНИЙ	42
ПРИЛОЖЕНИЯ	74

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящая рабочая программа государственной итоговой аттестации (далее – РП ГИА) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее – ФГОС ВО) - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 952) и Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры (далее соответственно – Положение, Академия).

1.2. Настоящая РП ГИА устанавливает процедуру организации и проведения на кафедре маркетинга и логистики Донецкого филиала РАНХиГС государственной итоговой аттестации обучающихся (далее – обучающиеся, выпускники), формы ГИА, включая все виды выпускной квалификационной работы (далее – ВКР), требования к ним и порядок их выполнения, требования к использованию средств обучения и воспитания, средств связи при проведении ГИА, требования, предъявляемые к лицам, привлекаемым к проведению ГИА, порядок подачи и рассмотрения апелляций, изменения и (или) аннулирования результатов ГИА, а также особенности проведения ГИА для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

1.3. Настоящая РП ГИА разработана в соответствии с:
Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ;

Федеральным законом «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» от 24.11.1995 № 181-ФЗ;

приказом Минобрнауки России от 29.06.2015 № 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»;

приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

приказом Минобрнауки от 25.04.2025 № 384 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере науки и высшего образования, а также оказания им при этом необходимой помощи»;

приказом Минобрнауки России № 882, Минпросвещения России № 391 от 05.08.2020 «Об организации и осуществлении образовательной деятельности при сетевой форме реализации образовательных программ»;

постановлением Правительства Российской Федерации от 11.10.2023 № 1678 «Об утверждении правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;

методическими рекомендациями для образовательных организаций высшего образования по формированию экосистемы, направленной на развитие практик сопровождения обучающихся при подготовке и защите выпускных квалификационных работ в формате «Стартап как диплом» (утв. Минобрнауки России от 29.09.2022 № МН-11/3030);

ФГОС ВО – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 952 от 12.08.2020 г. (с изменениями и дополнениями);

Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры, утвержденном приказом ректора Академии от 30.12.2025 г. №02-02957/001;

уставом и иными локальными нормативными актами Академии.

2. ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

2.1. В РП ГИА используются следующие термины и определения:

2.1.1. Государственная итоговая аттестация (ГИА) – государственные аттестационные испытания, завершающие освоение обучающимися образовательных программ высшего образования, имеющих государственную аккредитацию, и проводимые государственными экзаменационными комиссиями в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися основных профессиональных образовательных программ соответствующим требованиям ФГОС.

2.1.2. Государственный экзамен – государственное аттестационное испытание по одной или нескольким дисциплинам и (или) модулям образовательной программы, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников.

2.1.3. Выпускная квалификационная работа (ВКР) – выполненная обучающимся (или несколькими обучающимися совместно) работа, демонстрирующая уровень подготовленности к самостоятельной профессиональной деятельности.

2.1.4. Государственная экзаменационная комиссия (ГЭК) – комиссия, созданная для проведения государственной итоговой аттестации, которая определяет соответствие уровня подготовки выпускника требованиям ФГОС, принимает решение о присвоении квалификации по результатам ГИА и выдаче выпускнику документа о высшем образовании и о квалификации

образца, установленного Министерством науки и высшего образования Российской Федерации.

2.1.5. Обзорные лекции перед государственным экзаменом – краткие, обобщённые лекции, которые излагают отдельные, наиболее крупные вопросы программы дисциплины, включенной в программу экзамена.

2.1.6. Специальные условия для проведения ГИА для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов – условия проведения ГИА, обеспечивающие адаптацию содержания ГИА и включающие в себя использование адаптированных инструментов, методов и средств, учитывающих особенности психофизического развития таких обучающихся и состояние их здоровья; обеспечение специальными техническими средствами коллективного и индивидуального пользования; обеспечение предоставления услуг ассистента (помощника), оказывающего необходимую техническую помощь, переводчика русского жестового языка (сурдопереводчика, тифлосурдопереводчика), а также педагогических работников в соответствии с рекомендациями психолого-медико-педагогической комиссии; обеспечение доступа в здания и помещения Академии; другие условия, без которых сдача ГИА обучающимися с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами (детьми-инвалидами) невозможно или затруднено.

2.1.7. Электронная информационно-образовательная среда Академии (далее – ЭИОС) – совокупность информационных и телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств, электронных информационных и образовательных ресурсов, которые обеспечивают условия для освоения обучающимися образовательных программ в полном объеме, независимо от их местонахождения.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ГИА

К ГИА допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент»).

Выпускник, освоивший образовательную программу магистратуры должен обладать компетенциями, предусмотренными соответствующей ОПОП ВО (Таблицы 1-3).

Таблица 1

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода,	УК-1.1: Способен оценивать последствия при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов УК-1.2: Осуществляет

	вырабатывать стратегию действий	квалифицированную оценку знания на основе системного и междисциплинарного подходов в различных культурно-исторических условиях УК-1.3: Разрабатывает альтернативные стратегии действий на основе критического анализа и системного подхода
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1: Способен определять цели и задачи управления изменениями на основе проектного подхода УК-2.2: Способен применять современные методы и средства при проектировании систем
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1: Способен организовать конструктивное взаимодействие в команде УК-3.2: Способен разработать командную стратегию управления организацией
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (-ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1: Способен применяет современные коммуникативные технологии при участии в публичных выступлениях УК-4.2: Способен аргументированно дискутировать на иностранном языке на профессиональные темы
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1: Способен учитывать историческое наследие и традиции различных социальных групп, этносов и конфессий УК-5.2: Способен преодолевать коммуникативные барьеры при межкультурном взаимодействии
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровье сбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1: Способен использовать образовательные технологии при выстраивании траектории собственного профессионального роста УК-6.2: Способен при ведении переговоров реализовывать и совершенствовать приоритеты собственной деятельности

**Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их
достижения**

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции (устанавливается ОО ВПО самостоятельно)
ОПК-1: Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-1.1: Способен диагностировать проблемную ситуацию и предлагать управленческое решение, используя современные инструменты менеджмента ОПК-1.2: Способен решать управленческие задачи на основе теории менеджмента с учетом изменений внешней среды.
ОПК-2: Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-2.1: Способен осуществлять поиск и анализ информации, применять системный подход для решения поставленных задач ОПК-2.2: Способен использовать системный подход при работе с информацией при решении управленческих задач
ОПК-3: Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	ОПК-3.1: Способен анализировать факторы внешней и внутренней среды организации для принятия обоснованных управленческих решений
ОПК-4: Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	ОПК-4.1: Способен реализовывать общие функции управления, принимает стратегические и тактические решения ОПК-4.2: Способен разрабатывать стратегии развития инновационных направлений деятельности
ОПК-5: Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	ОПК-5.1: Способен использовать современные методы исследования при подготовке проекта ОПК-5.2: Способен выполнять научно-исследовательский проект в сфере менеджмента

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Ключевые индикаторы	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции (устанавливается ОО ВПО самостоятельно)
<p>ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления</p>	<p>Диагностирует проблемную ситуацию, предлагает управленческое решение с учетом трендов внешней среды, на основе современной теории, используя инструменты бенчмаркинга</p>	<p>ОПК-1.1. Диагностирует проблемную ситуацию и предлагает управленческое решение, используя современные инструменты менеджмента ОПК-1.2. Решает управленческие задачи на основе теории менеджмента с учетом изменений внешней среды</p>
<p>ОПК-2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач</p>	<p>Отбирает необходимую и достаточную, релевантную информацию, использует методы, адекватные предмету исследования; уверенно пользуется современными информационными технологиями</p>	<p>ОПК-2.1. Осуществляет поиск и анализ информации, применяет системный подход для решения поставленных задач ОПК-2.2. Использует системный подход при работе с информацией при решении управленческих задач</p>
<p>ОПК-3 Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды</p>	<p>Разрабатывает программу действий по освоению инновационных направлений деятельности организаций и трансформирует их бизнес-модели</p>	<p>ОПК-3.1. Анализирует факторы внешней и внутренней среды организации для принятия обоснованных управленческих решений</p>
<p>ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и</p>	<p>Готовит и защищает научно-исследовательский проект в рамках учебного процесса магистратуры</p>	<p>ОПК-4.1. Реализует общие функции управления, принимает стратегические и тактические решения ОПК-4.2. Разрабатывает стратегии развития инновационных направлений деятельности</p>

соответствующие им бизнес-модели организаций		
ОПК-5 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	Использует современные методы исследования при подготовке проекта, выполняет научно-исследовательский проект в сфере менеджмента	ОПК-5.1. Использует современные методы исследования при подготовке проекта ОПК-5.2. Выполняет научно-исследовательский проект в сфере менеджмента

4. ОБЪЕМ ГИА И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Государственная итоговая аттестация проходит в 4 семестре на базе знаний, полученных обучающимися при изучении учебных дисциплин по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Логистика») и рассчитана на сосредоточенное прохождение в 4 семестре (2 курс) обучения в объеме 324 академических часов (9 ЗЕТ).

Государственная итоговая аттестация обучающихся проводится в форме контактной работы и в форме самостоятельной работы обучающихся. Контактная работа включает проведение обзорных лекций, консультаций, процедуру сдачи государственного экзамена, защиту выпускной квалификационной работы. Самостоятельная работа включает подготовку обучающегося к сдаче государственного экзамена и выполнение выпускной квалификационной работы. Объем контактной работы определяется образовательной программой.

Программа предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области логистики.

Общая трудоемкость в виде часов и зачетных единиц берется из учебного плана соответствующего направления подготовки (таблица 4).

Таблица 4

Общая трудоемкость ГИА

Виды учебной работы	В академических часах	В зачетных единицах
<i>Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена</i>		
Контактная работа (КР):	12	-
Самостоятельная работа (СР):	96	-
Подготовка к сдаче государственного экзамена	108	3
<i>Вид контроля: сдача государственного экзамена</i>		
<i>Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</i>		
Контактная работа (КР):	-	-
Самостоятельная работа (СР):	216	6
Выполнение, написание и оформление ВКР	216	6
<i>Вид контроля: защита ВКР</i>		

5. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ГИА

5.1. Организация и проведение ГИА осуществляется в соответствии с Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры, утвержденным приказом ректора Академии от 30.12.2025 №02-02957/001.

5.2. ГИА проводится в соответствии с РП ГИА. РП ГИА размещается в свободном доступе на официальном сайте Донецкого филиала РАНХиГС не позднее чем за 6 (шесть) месяцев до даты начала ГИА в соответствии с календарным учебным графиком.

5.3. Не позднее чем за 6 (шесть) месяцев до даты начала ГИА каждый обучающийся должен ознакомиться с программой ГИА и порядком подачи и рассмотрения апелляции и подтвердить этот факт подписью в листе ознакомления с программой ГИА (приложение № 1) лично и (или) через личный кабинет студента, при наличии технической возможности.

Лист ознакомления хранится в соответствующем структурном подразделении Донецкого филиала РАНХиГС и (или) в информационных системах в течение 1 года после проведения ГИА. По истечении указанного срока хранения лист ознакомления подлежит уничтожению в порядке, установленном соответствующим локальным нормативным актом Академии.

5.4. Формами проведения ГИА являются государственный экзамен и (или) защита выпускной квалификационной работы (далее вместе – государственные аттестационные испытания).

6. ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

6.1. Структура государственного экзамена

Государственный экзамен включает тестовые и практические задания по дисциплинам обязательной части и части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

Государственный экзамен по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмента») проводится в письменной форме.

Дисциплины:

1. Современный менеджмент.
2. Методы исследования в менеджменте.
3. Формирование маркетинговой стратегии.
4. Маркетинговое планирование в конкурентной среде.
5. Управление брендом.

Экзаменационные билеты (приложение № 2) и (или) экзаменационные материалы для проведения государственного экзамена утверждаются на заседании кафедры маркетинга и логистики Донецкого филиала РАНХиГС не позднее чем за 1 (один) месяц до даты начала ГИА.

Экзаменационный билет для сдачи Государственного экзамена по проверке освоения обучающимися общепрофессиональных и профессиональных компетенций состоит из пятидесяти тестовых заданий по разным учебным дисциплинам и одного практического / ситуационного задания.

Перечень вопросов и типовых практических заданий (задач), критерии и показатели оценивания представлены в разделе 6.3 РП ГИА.

6.2. Содержание государственного экзамена

1. Современный менеджмент

Содержание дисциплины

Раздел 1. Концептуальные аспекты системной модели менеджмента организации

Тема 1.1. Системная модель менеджмента организации: организационно-правовой аспект

Тема 1.2. Организационный механизм менеджмента организации

Тема 1.3. Корпоративная культура организации

Тема 1.4. Организационный дизайн

Тема 1.5. Управленческие модели в организации

Раздел 2. Человеческие ресурсы и человеческий капитал организации

Тема 2.1. Управление человеческими ресурсами организации

Тема 2.2. Управление персоналом современной организации

Раздел 3. Современная модель менеджера

Тема 3.1. Модель современного менеджера

Тема 3.2. Требования к профессиональной компетентности менеджера

Таблица 5

Рекомендованная литература

1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Смоловик, Г. Н.	Персональный менеджмент : учебное пособие (137 с.)	Новосибирск, 2020
Л1.2	И. Ю. Беганская, Л. В. Черная, С. В. Чернобаева, М. В. Гончарова, М. А. Малик, Л. В.	Менеджмент организации : учебник (442 с.)	Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2021
2. Дополнительная литература			
Л2.1	Васильева, Е. Ю., Сергиевская, Н. В.	Коммуникационный менеджмент : учебно-методическое пособие (44 с.)	Москва : МИСИ-МГСУ, ЭБС АСВ, 2020
Л2.2	Чегринцова С. В.	Лидерство и командообразование в организации учебное пособие	Тверь : Тверской государственный университет, 2020

2. Методы исследования в менеджменте.

Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретико-методологические основы исследования в менеджменте
 Тема 1.1. Роль исследования в развитии управления. Методология исследования управленческих ситуаций

Тема 1.2. Системный анализ и общенаучные методы исследований в менеджменте

Тема 1.3. Методологические положения исследования систем управления. Диагностика систем управления

Раздел 2. Конкретные (специфические) методы исследований в менеджменте

Тема 2.1. Документальные и социологические методы исследования в менеджменте

Тема 2.2. Методы экспертных оценок

Тема 2.3. Методы исследований операций в менеджменте

Тема 2.4. Методы маркетинговых исследований в принятии управленческих решений

Раздел 3. Организация и методическое обеспечение исследования в менеджменте

Тема 3.1. Планирование и организация исследований в менеджменте

Тема 3.2. Научная и практическая эффективность исследований в менеджменте

Таблица 6

Рекомендованная литература

1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Краснянская, О.	Методы исследования в менеджменте: учебное пособие (152 с.)	Москва : СОЛОН-Пресс, 2022
Л1.2	Подсорин, В. А.	Методы исследований в менеджменте: учебное пособие (158 с.)	Москва : РУТ (МИИТ), 2019
2. Дополнительная литература			
Л2.1	Суворова, А. В.	Методы исследования в менеджменте: учебное пособие (112 с.)	Улан-Удэ : Бурятская ГСХА им. В.Р. Филиппова, 2021
Л2.2	М. В. Мирославская, Н. Л. Соловьева, Л. К. Шамина	Методы исследований в менеджменте : учебное пособие (65 с.)	Санкт-Петербург : БГТУ "Военмех" им. Д.Ф. Устинова, 2021

3. Формирование маркетинговой стратегии

Содержание дисциплины

Раздел 1. Концептуальные основы стратегического маркетинга

Тема 1.1. Сущность, роль и задачи стратегического маркетинга.

Тема 1.2. Методологический инструментарий разработки маркетинговой стратегии.

Тема 1.3. Этапы процесса маркетингового планирования.

Тема 1.4. Виды маркетинговых стратегий. Основы принятия решений выбора маркетинговой стратегии

Раздел 2. Инструментарий стратегического маркетингового анализа

Тема 2.1. Анализ матричных методов разработки маркетинговых стратегий.
Тема 2.2. Методы и модели анализа маркетинговых стратегических позиций.
Тема 2.3. Особенности разработки маркетинговой стратегии на региональном уровне

Раздел 3. Результативность маркетинговой стратегии

Тема 3.1 Реализация маркетинговой стратегии и управление ею

Тема 3.2 Оценка эффективности и выбор оптимальной стратегии маркетинга

Таблица 7

Рекомендованная литература

1. Основная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Кулагина, Н.А.	Стратегия предприятия: учебно-методическое пособие (168 с.)	Симферополь: Университет экономики и управления (2021)
Л1.2	Д. В. Латышев, Т.М. Гомаюнова	Маркетинговые технологии и стратегии в управленческой деятельности организации. Теоретический курс: учебное пособие для студентов высших учебных заведений (135 с.)	Волгоград: Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена», 2019
Л1.3	И. В. Котляревская	Стратегический маркетинг: учебное пособие для студентов вуза, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (138 с.)	Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2019
2. Дополнительная литература			
Л2.1	Ружанская, Л. С.	Стратегический менеджмент: учебное пособие для студентов вуза (112 с.)	Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2019
Л2.2	Краснова, О. В.	Стратегическое управление организацией: учебное пособие (108 с.)	Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2024
Л2.3	Научная монография	Теория и методология разработки стратегии развития предприятия (278 с.)	Москва, Саратов: Международная академия оценки и консалтинга, Ай Пи Эр Медиа, 2019

4. Маркетинговое планирование в конкурентной среде

Содержание дисциплины

Раздел 1. Конкуренция и конкурентоспособность.

Тема 1.1. Теоретические основы конкурентных отношений

Тема 1.2. Конкурентоспособность: виды, факторы влияния

Тема 1.3. Теория конкурентных преимуществ.

Раздел 2 Теоретические аспекты маркетингового планирования.

Тема 2.1. Теоретические основы маркетингового планирования.

Тема 2.2. Инструменты, объекты и цели маркетингового планирования.

Тема 2.3. Общие концепции планирования маркетинга.

Раздел 3. Организация маркетингового планирования

Тема 3.1. Структура плана маркетинга

Тема 3.2. Организация планирования маркетинга

Тема 3.3. Оценка маркетинговых стратегий и мероприятий

Таблица 8

Рекомендованная литература

1. Основная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство,
Л1.1	Е. И. Кулик	Управление международной конкурентоспособностью предприятий (256 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2020
Л1.2	Н. В. Агаркова, В. Е. Малиненко	Маркетинг : учебно-методическое пособие (323 с.)	Донецк : ДонАУиГС, 2017
Л1.3	И.И. Скоробогатых, М.А. Солнцев, Ж.М. Мусатова, П.Ю. Новоструев	Маркетинговое управление разработкой продукта: учебное пособие (176 с.)	Дашков и К, 2022
Л1.4	Белявский И.К.	Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз :учебное пособие (214 с.)	Москва Курс ИНФРА-М; 2020
2. Дополнительная литература			
Л2.1	Карпова С.В., Касаев Б.С., Климов Д,В,	Система маркетинговых инструментов и механизмов их реализации в планировании территориального развития (216 с.)	Вузовский учебник, 2018
Л2.2	Котлер Филип	Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер (211 с.)	Альпина Паблишер, 2021

5. Управление брендом.

Содержание дисциплины

Раздел 1. История брендинга, основные понятия. Классификация, технология рождения и формирования брендов.

Тема 1.1. Основные понятия бренд-менеджмента. История и классификация брендов.

Тема 1.2. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда

Раздел 2 Портфель брендов: управление и коммуникации.

Тема 2.1. Управление и развитие портфеля брендов.

Тема 2.2. Бренд-коммуникации.

Раздел 3. Капитализация и глобализация бренда

Тема 3.1. Капитализация, аудит и оценка бренда

Тема 3.2. Глобальный бренд-менеджмент

Таблица 9

Рекомендованная литература

1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л 1.1	Н. В. Агаркова, Н. В. Близкая	Управление брендом : учебно-методическое пособие для обучающихся 2 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») очной / заочной форм обучения (218 с.)	Донецк : ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2021
Л 1.10	О. В. Бондарская, Т. А. Бондарская, Р. Г. Гучетль, Г. Л. Попова	Формирование бренда предприятия: учебное пособие (213 с.)	Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017
Л 1.6	Сабурова, М. М.	Организация работы отдела маркетинга : теория и практика: Учебник (236 с.)	Ульяновск : УлГТУ, 2017
Л 1.7	Хамаганова, К. В.	Стратегический брендинг: Учеб. пособие (60 с.)	Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017
Л 1.9	Чумиков, А. Н.	Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание): Учеб. пособие для студентов ВУЗов. (160 с.)	Москва : Аспект Пресс, 2016
2. Дополнительная литература			
Л 2.1	И. Ю. Беганская, Л. В. Кулешова	Международный менеджмент и маркетинг : конспект лекций для студентов 1 курса ОУ «магистр» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерские программы : «Менеджмент организации», «Стратегическое управление», «Стратегическое управление в международном бизнесе», «Международный менеджмент», «Корпоративное управление и стратегическое развитие бизнеса») очной /заочной форм обучения (218 с.)	Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2018
Л 2.11	Семенчук, В.	101 способ раскрутки личного бренда: Как сделать себе имя	Альпина Паблишер, 2019
Л 2.12	Шарков, Ф. И.	Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг: учебное пособие (324)	Москва : Дашков и К, 2018

Л 2.13	Сайкин, Е. А.	Основы брендинга: учебное пособие (55 с.)	Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2016
-----------	---------------	---	---

6.3. Типовые задания и критерии оценивания знаний обучающихся на государственном экзамене

Перечень вопросов, типовых практических / ситуационных заданий, тестовых заданий представлены в соответствующих таблицах 10-11.

Таблица 10

Перечень вопросов к государственному экзамену

№ задания	Содержание задания
<i>Современный менеджмент</i>	
1	Организационная характеристика системы, представляющая собой совокупность устойчивых, системообразующих связей и отношений, обеспечивающих стабильность и равновесие системы, взаимодействие, соподчиненность и пропорциональность составляющих ее элементов называется: А) организационная структура управления; Б) структура; В) звено управления; Г) департамент.
2	Наличие у всех работающих общих целей и их непосредственное участие в выработке путей достижения этих целей, заинтересованность в обеспечении общих конечных результатов организаций характеризуется таким понятием как: А) организационная культура; Б) организационное поведение; В) организационная ситуация; Г) организационная система.
3	Подход к управлению, заключающийся в обосновании информационной сущности управления, универсальности законов управления в системах различной природы, выявлении и организации механизмов обратной связи в системах управления, оптимизации поведения системы на основе обратных связей и в соответствии с заранее определенными целями называется: А) кибернетический; Б) ситуационный; В) процессный; Г) системный.
4	Метод управления, который предполагает разработку программы действий, затем создание механизма реализации намеченной программы с последующей оценкой полученных результатов называется: А) программно-целевой; Б) детерминированный; В) стратегический; Г) ценностно-ориентированный.
5	Изучение межличностной коммуникации предполагает рассмотрение ее как процесса, состоящего из этапов и стадий: А) отправление; Б) получение;

	В) кодирование; Г) раскодирование.
6	Способность оказывать влияние на поведение людей называется: А) воздействие; Б) власть; В) принуждение; Г) побуждение.
7	Коммуникация может быть определена как: А) передача информации; Б) передача значения или смысла с помощью символов; В) процесс установления общности между людьми; Г) общение в группе.
8	По содержанию и функциональному назначению связи и отношения, составляющие структуру организации, подразделяются на группы: А) связи непосредственного взаимодействия; Б) отношения соподчиненности; В) соотношения, устанавливающие пропорциональность строения организации; Г) отношения периодичности.
9	Согласно конфуцианству, на каких правилах, устанавливающих морально-этические основы жизни человека, основывалось управление государством: А) человеколюбие; Б) любовь к ближнему; В) постоянное стремление к власти; Г) честность, вежливость.
10	Власть – это отношения, которые характеризуются: динамикой; изменчивостью ситуации; изменением людей; изменением во времени.
Методы исследования в менеджменте	
1	Что такое методология исследования? А) логическая схема исследования; Б) совокупность методов и принципов исследования; В) соответствие целей, средств и методов исследования; Г) эффективный прием получения знаний.
2	Как называется метод исследования науки планирования, предусматривающий изучение отношений планирования как процессов, находящихся в стадии развития и изменяются под влиянием действующих на них факторов? метод системного подхода и рационального выбора; конкретно-исторический подход; комплексный подход; эксперимент.
3	Как называется метод плановых расчетов, заключается в анализе динамики показателей прошлых лет? А) экстраполяции; Б) факторный; В) нормативный; Г) балансовой.
4	При каком методе плановые значения показателей определяются на основе влияния важнейших факторов? А) экстраполяции;

	Б) факторном; В) нормативном; Г) балансовом.
5	Какой метод планирования предусматривает использование при установлении плановых показателей фактических статистических данных за предыдущие годы и средних величин? А) балансовый; Б) матричный; В) нормативный; Г) пробно-статистический.
6	К источникам внутренних информационных данных для планирования относятся: А) бухгалтерский учет и отчетность; Б) статистический учет и отчетность; В) оперативный учет и отчетность; Г) все вышеперечисленные варианты
7	Что представляет собой цель исследования? А) выбор предмета исследования; Б) соразмерность использованных ресурсов; В) желаемый результат исследования; Г) противоречие, требующее разрешения.
8	Что предполагает метод идеализации? А) изучение исследуемых объектов путем отображения их в знаковой форме при помощи искусственных языков; Б) анализ объектов проводится при утверждениях, не требующих доказательств; В) анализ строится на основании модели, отражающей структуру, связи и отношения; Г) анализ объектов проводится при наделении их гипотетическими свойствами.
9	Как называется метод планирования, предусматривающий разработку планов в два этапа – текущее планирование по основным целям, разработка конечного плана на основе детализированных планов? А) прогрессивный; Б) ретроградный; В) круговой; Г) нет верного ответа
10	К какой группе относится метод Дельфи? А) логические методы; Б) интуитивные методы; В) экспертные методы; Г) методы тестирования.
Формирование маркетинговой стратегии	
1	Задача стратегического маркетинга по управлению портфелем бизнеса фирмы заключается в: А) формирование новых стратегических хозяйственных подразделений; Б) создание высококачественного товара; В) повышение рентабельности; Г) уменьшение количества конкурентов.
2	Стратегический инструмент, позволяющий согласовать политику продаж с общей деловой стратегией компании, наилучшим образом использовать имеющиеся трудовые ресурсы, оптимизировать затраты и максимизировать прибыль, представляет собой: А) модель оплаты труда; Б) стратегический подход к управлению затратами;

	В) показатель численности торговых представителей; Г) модель учета продаж.
3	Поскольку сотрудники отдела продаж работают непосредственно с клиентами их главная задача: А) показать всю продукцию в торговом зале; Б) обратить внимание на ценники; В) убедить клиента приобрести именно Вашу продукцию; Г) быть внимательными к выбору клиентов – покупателей.
4	Что такое венчурный бизнес: А) государственные неприбыльные организации; Б) самостоятельные небольшие фирмы, занимающиеся исследованиями, разработками производства новой продукции; В) частные неприбыльные организации; Г) научно-исследовательские сектора высших учебных заведений.
5	Согласно какой модели на первый план выходят самостоятельные торговые марки, принадлежащие компании, а корпоративному бренду отводится вспомогательная роль в формировании имиджа на рынке? А) глобальный бренд-менеджмент; Б) азиатская модель бренд-менеджмента; В) модель глобального бренд-менеджмента; Г) западная модель управления брендами.
6	Что можно оценить с помощью маркетинговых исследований: А) оценить объем рынка; Б) определить необходимое количество работников; В) определить потенциальных потребителей; Г) рассчитать возможные налоговые обязательства.
7	Эффективность поиска информации может быть оценена по счету: А) показателей погрешности поиска и полноты поиска; Б) показателей емкости рынка и погрешности поиска; В) показателей погрешности поиска и общего объема информации; Г) показателей полноты поиска и объема релевантной информации
8	Стратегическая группа конкурентов содержит: А) производителей товаров-заменителей; Б) поставщиков; В) производителей товаров похожего качества; Г) производителей подобных товаров, которые реализуют их за близкими ценами.
9	Стандартная погрешность выборки зависит от: А) процента опрошенных, ответивших на определенные вопросы; Б) типа выборки; В) объема выборки; Г) средней генеральной совокупности.
10	Среди факторов, которые больше всего повлияли на развитие стратегического маркетинга, можно назвать: А) улучшение качества продукции; Б) быстрые изменения внешней маркетинговой среды; В) растущая глобализация рынков; Г) повышение цен на потребительские товары.
Маркетинговое планирование в конкурентной среде	
1	Задача стратегического маркетинга по управлению портфелем бизнеса фирмы заключается в: А) формировании новых стратегических хозяйственных подразделений; Б) создании высококачественного товара;

	<p>В) повышении рентабельности; Г) уменьшении количества конкурентов.</p>
2	<p>Что можно оценить с помощью маркетинговых исследований: А) объем рынка; Б) определить необходимое количество работников; В) определить потенциальных потребителей; Г) рассчитать возможные налоговые обязательства.</p>
3	<p>По уровню управления выделяют: А) анализ внешней информации; Б) поиск потенциальных клиентов; В) анализ внутренней отчетности; Г) анализ производственных мощностей.</p>
4	<p>Что является основным принципом разработки маркетинговой стратегии: А) объективность; Б) комплексность в исследовании рынка; В) целеустремленность; Г) систематичность.</p>
5	<p>Какое из этих правильные не является верным для определения целей и задач исследования: А) четко формулировать конкретные задачи исследования; Б) все формулировки должны быть сложными; В) устанавливать цель исследования в точном соответствии с проблемами, которые необходимо решить; Г) избегать слишком широких задач.</p>
6	<p>Какое из представленных определений маркетинговой информации является наиболее полным: А) совокупность данных о ситуации на рынке, существующие тенденции, место рассматриваемого предприятия на рынке и возможности его развития; Б) совокупность данных и знаний о ситуации на рынке, существующие тенденции и возможные направления ее развития, место рассматриваемого предприятия на рынке и возможности его развития; В) сведения о ситуации на рынке, существующие тенденции и возможные направления развития, место конкурирующих предприятий на рынке и возможности развития; Г) знание рынка, существующие тенденции и возможные направления его развития, место рассматриваемого предприятия на рынке и возможности его развития.</p>
7	<p>Что не относится к источникам первичной информации: А) внутренняя отчетность; Б) анализ информации из специализированных изданий; В) информация о событиях, которые происходят во внешней среде, которая регулярно публикуется и обновляется; Г) специально организованные маркетинговые исследования рыночной среды.</p>
8	<p>Что не относится к источникам первичной информации: А) внутренняя отчетность; Б) анализ информации из специализированных изданий; В) информация о событиях, которые происходят во внешней среде, которая регулярно публикуется и обновляется; Г) специально организованные маркетинговые исследования рыночной среды.</p>
9	<p>Согласно модели Портера к конкурентным силам не относятся: А) товары-заменители; Б) поставщики; В) потребители; Г) контактные аудитории.</p>

10	<p>В комплекс маркетинга нельзя отнести следующую информацию:</p> <p>А) название товара «Регион»;</p> <p>Б) цену изделия 200 руб.;</p> <p>В) тип производства - серийный;</p> <p>Г) использование посредников в сети распространения.</p>
Управление брендом	
1	<p>Термин в маркетинге, символизирующий весь комплекс информации о компании, продукте или услуге, – это...</p> <p>А) логотип</p> <p>Б) товарная марка (товарный знак)</p> <p>В) торговая марка</p> <p>Г) бренд</p> <p>Д) позиционирование</p>
2	<p>Сочетание названия какого-либо товара и его графического изображения, используемое для большей узнаваемости потребителем товара, – это...</p> <p>А) товарная марка (товарный знак)</p> <p>Б) торговая марка</p> <p>В) бренд</p> <p>Г) дизайн</p> <p>Д) узнаваемость торговой марки</p>
3	<p>В зависимости от направлений маркетинговой деятельности (товарное, ценовое, сбытовое, сервисное или рекламное), различают...</p> <p>А) товары, цены, сбыт.</p> <p>Б) сервис и рекламу.</p> <p>В) виды позиционирования бренда.</p> <p>Г) типы брендов.</p> <p>Д) направления маркетинга</p>
4	<p>Продаваемый во всем мире при сохранении целостности и единства бренд (т. е. применяется одинаковое позиционирование, один и тот же ассортимент продукции, используются одинаковая коммуникация и система распространения), называется...</p> <p>А) местным брендом.</p> <p>Б) глобальным брендом.</p> <p>В) популярным брендом.</p> <p>Г) транскорпорацией. большим брендом</p>
5	<p>Растягивание брэнда (Brand Extension) означает ...</p> <p>А) экстенсивное развитие бренда.</p> <p>Б) увеличение затрат на продвижение.</p> <p>В) увеличение размера логотипа, товарного знака.</p> <p>Г) применение брэнда за пределами того товарного ряда, к которому он применялся изначально.</p> <p>Д) полное изменение смысла брэнда.</p>
6	<p>Измерение и анализ имиджа брэнда, а также оценка его коммерческого потенциала, позволяющие добиться высокой экономической эффективности, являются...</p> <p>А) средствами давления на конкурентов.</p> <p>Б) анализом имиджа брэнда.</p> <p>В) инструментами для развития брэнда.</p> <p>Г) пустой тратой времени.</p> <p>Д) средствами аудита брэнда.</p>
7	<p>Продуктовая форма позиционирования означает:</p> <p>А) Позиционирование брэнда путем указания определенного места в товарной категории;</p> <p>Б) Позиционирование брэнда как ориентир на определенный сегмент потребителей;</p>

	В) Позиционирование бренда на основе его ценности в сознании потребителей; Г) Позиционирование бренда, как лучшего представителя товарной категории.
8	Слово, группа слов, которые могут быть произнесены – это: А) Фирменный звук; Б) Фирменный знак; В) Марочное название; Г) Слоган.
9	Такой слоган, как «Не дай себе засохнуть» является: А) Слоганом компании; Б) Слоганом рекламной кампании; В) Слоганом, связанным с предложением определенного товара или услуги; Г) Имиджевым слоганом.
10	Такой принцип построения товарного знака, как простота, означает, что А) Товарный знак не должен быть перегруженным; Б) Товарный знак должен на себя обращать внимание, вызывать эмоции; В) Товарный знак не должен заставлять потребителей расшифровывать информацию; Г) Товарный знак должен помогать потребителю идентифицировать торговую марку.

Таблица 11

Типовые ситуационные / практические задания, выносимые на
государственный экзамен

№ задания	Содержание задания
Современный менеджмент	
1	Вы являетесь менеджером небольшой компании, которая столкнулась с ухудшением финансового положения из-за пандемии. Ваша задача разработать стратегию сокращения расходов без ущерба для качества продукции и мотивации сотрудников.
2	Ваша компания решила запустить новый продукт на рынок, конкурирующий с уже устоявшимися брендами. Вам необходимо разработать стратегию, которая поможет привлечь целевую аудиторию и увеличить продажи.
3	Вы работаете в крупной корпорации, где в последнее время наблюдается конфликт между отделами из-за неэффективного взаимодействия. Ваша задача – предложить план действий для улучшения коммуникации между отделами и повышения общей производительности.
Методы исследования в менеджменте	
1	Определите тип наблюдения по его описанию. Известный американский социолог В. Уайт в 30-х годах прошлого века поставил своей задачей изучить процесс возникновения рэкета и формирования преступных групп в квартале, населенном выходцами из Италии. Уайт прожил среди них три с половиной года, и стал полноправным членом исследовательской группы.
2	Предприятие имеет переменные затраты 156 руб. на одно изделие и продажную цену 2820 руб. Постоянные затраты составляют 425 тыс. руб. Текущий объем выпуска составляет 26 тыс. изделий. В соответствии с проектом изменений в стратегическом плане фирмы при реализации ряда мероприятий предусмотрено существенно улучшить качество товара, сократив при этом постоянные затраты до 332 тыс. руб. Ожидается, что переменные затраты увеличатся до 182 руб., выпуск продукции в связи ожидаемым увеличением цены до 2900 руб., из-за дополнительных затрат по обеспечению высокого качества, принято несколько сократить до 25 тыс. изделий.

	<p>Ожидается, что комплекс предлагаемых мероприятий будет способствовать повышению уровня конкурентоспособности предприятия, которое своими факторами успеха видит улучшение качества продукции при незначительном росте продажной цены.</p> <p>Контрольный вопрос.</p> <p>Обоснуйте (на основе сравнения расчетов ожидаемой прибыли до и после реализации изменений в стратегическом плане), целесообразно ли предприятию вносить коррективы в имеющийся стратегический план?</p>				
3	<p>На предприятии по производству строительных материалов средней мощности сложилась критическая ситуация: выпуск продукции резко сократился в связи с тем, что сотрудники начали работать неполный рабочий день, а также ряд из них был переведен «на удаленку» в условиях пандемии COVID-19, а на складах скопилось значительное количество строительных материалов, которые оказались нереализованными. Это повлекло за собой снижение объема выручки от реализации продукции, выпускаемой предприятием, рост кредиторской задолженности, перебои с выплатой заработной платы и явилось одной из причин текучести кадров, снижения объемов производства, ухудшения качества выпускаемой продукции.</p> <p>Таким образом, наметилась явно выраженная тенденция к ухудшению экономического положения предприятия, снижению его производственных возможностей, ослаблению позиций на рынке сбыта продукции.</p> <p>Учредители предприятия, которое по своей организационной форме было закрытым акционерным обществом, вынуждены были вплотную заняться сложившейся на предприятии ситуацией. Учредителям предприятия по производству строительных материалов в сложившейся ситуации необходимо принять действенные меры для улучшения его деятельности.</p> <p>Вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Опишите возможные действия руководителя предприятия. 2. Составьте стратегическое решение руководителя предприятия в условиях перевода части персонала на удаленную занятость. 3. Обоснуйте, как организовать трудовой процесс и оплату труда. 4. Предложите пути выхода из критической ситуации, вызванной возникшей пандемией COVID-19 со ссылкой на действующее законодательство сфере трудовых отношений. 5. Необходима ли замена руководства предприятия. Обоснуйте. 				
Формирование маркетинговой стратегии					
1	<p>Основной завод компании J&R Softdrink занимающийся разливом по бутылкам имеет мощность 80000 л в день и работает без выходных. Стандартные бутылки емкостью 750 мл наполняются напитками и затем поступают на упаковочный участок. Ежедневно оттуда отправляется 20000 упаковок по 12 бутылок каждая. Упаковочный участок работает 5 дней в неделю. Упаковки отправляются на склад транспортной компанией, 8 грузовиков которой могут перевозить по 300 упаковок каждый и совершать по 4 поездки в день 7 дней в неделю. У компании 2 основных склада, каждый из которых может переработать до 30000 упаковок в неделю. Местные доставки осуществляются со склада парком небольших фургонов, которые могут развозить любые виды продукции со склада. Какова мощность этой части системы дистрибьюции? Каким образом J&R Softdrink может повысить свою общую мощность?</p>				
2	<p>В цепи поставок выполняется 11 видов деятельности, последовательность которых представлена в следующей таблице. Составьте диаграмму предшествования для этой сети.</p> <table border="1" data-bbox="469 2042 1430 2114"> <thead> <tr> <th data-bbox="469 2042 858 2078">Вид деятельности</th> <th data-bbox="858 2042 1430 2078">Должен быть выполнен после</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="469 2078 858 2114">1</td> <td data-bbox="858 2078 1430 2114">-</td> </tr> </tbody> </table>	Вид деятельности	Должен быть выполнен после	1	-
Вид деятельности	Должен быть выполнен после				
1	-				

		2		1																																																															
		3		1																																																															
		4		2,3																																																															
		5		4																																																															
		6		4																																																															
		7		4																																																															
		8		5																																																															
		9		6,7																																																															
		10		8,9																																																															
		11		10																																																															
3	<p>Установить срок доставки угля между портами, если расстояние между ними равно $L = 470$ миль. Скорость судна на этой линии $V_{SUT} = 350$ миль/сут, грузоподъемность $\Delta_{CH} = 5$ тыс. т при коэффициенте использования грузоподъемности судна $\alpha = 0,96$, норма грузовых работ в порту погрузки $M_1 = 10\ 000$ т/сут, в порту выгрузки $M_2 = 8500$ т/сут, дополнительное время $t_{DOP} = 1,2$ сут (ожидание погрузки — 1 сут, оформление документов и досмотр в порту погрузки — 0,1 сут и в порту выгрузки — 0,1 сут).</p>																																																																		
Маркетинговое планирование в конкурентной среде																																																																			
1	<p>Корректировка маркетинговой стратегии связана с мерами, которые имеют стоимостное выражение. Компания в минувшем году имела валовую прибыль 14,2 млн.руб. В текущем году, с изменением стратегии компании, валовая прибыль выросла на 10%. Общая сумма затрат на стратегические изменения составила 432 000 руб.</p> <p>Рассчитать годовой экономический эффект от новой стратегии компании и рентабельность затрат на корректировочные мероприятия.</p>																																																																		
2	<p>Известно, что средняя рыночная цена аналогичного товара составляет 1332 руб., а также имеется распределение экспертных оценок параметров товара. Используйте для расчета цены метод распределения баллов. Данные для расчета представлены в таблице:</p> <p>Расчет взвешенных оценок по методу распределения 100 баллов</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Параметры товара</th> <th rowspan="2">Весовые индексы</th> <th colspan="2">Товар А</th> <th colspan="2">Товар Б</th> <th colspan="2">Товар В</th> </tr> <tr> <th>Баллы</th> <th>Взвешенные баллы</th> <th>Баллы</th> <th>Взвешенные баллы</th> <th>Баллы</th> <th>Взвешенные баллы</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> <th>6</th> <th>7</th> <th>8</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Прочность</td> <td>0,25</td> <td>40</td> <td>10</td> <td>40</td> <td>10</td> <td>20</td> <td>5,0</td> </tr> <tr> <td>Надежность</td> <td>0,3</td> <td>33</td> <td>9,9</td> <td>33</td> <td>9,9</td> <td>33</td> <td>9,9</td> </tr> <tr> <td>Легкость в эксплуатации</td> <td>0,3</td> <td>50</td> <td>15,0</td> <td>25</td> <td>7,5</td> <td>25</td> <td>7,5</td> </tr> <tr> <td>Качество сервиса</td> <td>0,35</td> <td>45</td> <td>6,75</td> <td>35</td> <td>5,25</td> <td>20</td> <td>3,0</td> </tr> <tr> <td>Сумма</td> <td>1</td> <td>-</td> <td>42</td> <td>-</td> <td>33</td> <td>-</td> <td>25</td> </tr> </tbody> </table> <p>Необходимо определить отпускную цену на похожие товары А, Б и В.</p>					Параметры товара	Весовые индексы	Товар А		Товар Б		Товар В		Баллы	Взвешенные баллы	Баллы	Взвешенные баллы	Баллы	Взвешенные баллы	1	2	3	4	5	6	7	8	Прочность	0,25	40	10	40	10	20	5,0	Надежность	0,3	33	9,9	33	9,9	33	9,9	Легкость в эксплуатации	0,3	50	15,0	25	7,5	25	7,5	Качество сервиса	0,35	45	6,75	35	5,25	20	3,0	Сумма	1	-	42	-	33	-	25
Параметры товара	Весовые индексы	Товар А		Товар Б				Товар В																																																											
		Баллы	Взвешенные баллы	Баллы	Взвешенные баллы	Баллы	Взвешенные баллы																																																												
1	2	3	4	5	6	7	8																																																												
Прочность	0,25	40	10	40	10	20	5,0																																																												
Надежность	0,3	33	9,9	33	9,9	33	9,9																																																												
Легкость в эксплуатации	0,3	50	15,0	25	7,5	25	7,5																																																												
Качество сервиса	0,35	45	6,75	35	5,25	20	3,0																																																												
Сумма	1	-	42	-	33	-	25																																																												
3	<p>В таблице представлены сведения о деятельности отдельной структуры маркетинга</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Показатель</th> <th colspan="6">Подразделения</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> <th>Итого</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Затраты на маркетинг по подразделениям, тыс. руб.</td> <td>400</td> <td>350</td> <td>280</td> <td>300</td> <td>250</td> <td>1580</td> </tr> <tr> <td>Ожидаемая прибыль, тыс. руб.</td> <td>1000</td> <td>700</td> <td>450</td> <td>550</td> <td>400</td> <td>3100</td> </tr> </tbody> </table> <p>Показатели работы подразделений маркетинга Оцените эффективность работы каждого подразделения.</p>					Показатель	Подразделения						1	2	3	4	5	Итого	Затраты на маркетинг по подразделениям, тыс. руб.	400	350	280	300	250	1580	Ожидаемая прибыль, тыс. руб.	1000	700	450	550	400	3100																																			
Показатель	Подразделения																																																																		
	1	2	3	4	5	Итого																																																													
Затраты на маркетинг по подразделениям, тыс. руб.	400	350	280	300	250	1580																																																													
Ожидаемая прибыль, тыс. руб.	1000	700	450	550	400	3100																																																													

Управление брендом	
1	<p>Известны данные:</p> <ul style="list-style-type: none"> – расходы на сырье и материалы - 1200 руб., – комплектующие изделия – 850 руб.; – основная заработная плата работников – 500 руб., – расходы на подготовку и освоение производства – 70 % основной заработной платы работников; – возмещение износа инструментов, приспособлений целевого назначения и специальные расходы – 200 руб. – расходы на содержание и эксплуатацию оборудования – 45 % основной заработной платы; – общецеховые цеховые расходы – 25 % основной заработной платы; – прочие производственные расходы – 700 руб., – внепроизводственные – 10% от производственной себестоимости. <p>Поскольку предприятие является монополистом на рынке производства данного товара, рентабельность продукции составляет 40 %. Количество произведенной и реализованной продукции составило 100 шт. Оптово- посредническая наценка посредника – 15%, торговая наценка 25%.</p> <p>Вопрос для стратегического анализа: Необходимо определить:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) цену продукции предприятия, оптовую цену, свободную розничную цену продукции при условии, что она поступает в розничную сеть через двух посредников; б) структуру свободной розничной цены. Сделать вывод, предложения
2	<p>Завод «Вента» вырабатывает вентиляторы. Все детали завод изготавливает собственными силами. Ниже приведен расчет себестоимости производства 5 000 электромоторов для вентиляторов, руб.:</p> <p>Прямые материалы - 27 500 Прямая зарплата - 37 500 Переменные накладные затраты - 14 000 Постоянные накладные затраты - 96 000 Итого 175 000</p> <p>ООО «Карлсон» предлагает заводу электромоторы по цене 25 руб. за единицу. В этом случае завод будет платить также 0,5 руб. на единицу за транспортировку электромоторов. Необходимо определить:</p> <ul style="list-style-type: none"> А) следует ли заводу принимать предложение ООО «Карлсон», если прекращение производства электромоторов сделает возможным сокращение постоянных затрат на 25000 руб.; Б) предположим, что в случае принятия предложения купить электромоторы завод может использовать свободную мощность для производства другой продукции, которая обусловит увеличение прибыли на 40000 руб.
3	<p>ООО «Юлия» изготавливает и реализует краску по цене 46 руб. за литр, затраты на производство которой включают, руб.:</p> <p>Прямые материалы – 12руб.Прямая зарплата – 8руб Накладные затраты (2/3 из которых переменные)- 18 руб.</p> <p>Приведенные затраты рассчитаны, исходя из полной мощности предприятия, которая составляет 160 000 литров.</p> <p>Фирма-дистрибьютер предложила специальный заказ на приобретение 30000 литров, который требует от ООО дополнительных затрат на транспортировку в размере 4 руб. на 1 литр.</p> <p>Необходимо:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Определить цену специального заказа, которая даст возможность увеличить операционную прибыль на 1 литр на 4 руб., если текущий объем производства составляет 100 000 литров. 2. Предположим, что ООО «Юлия» сейчас действует на полную мощность. Поэтому принятие специального заказа требует сокращение обычного объема производства. Какой может быть цена специального заказа для увеличения существующей операционной прибыли на 120 000 руб.?

При оценке уровня профессиональной подготовленности по результатам государственного экзамена необходимо учитывать следующие критерии: знание учебного материала (учебных дисциплин); знание нормативно-законодательных актов и различных информационных источников; способность к абстрактному логическому мышлению; умение выделить проблемы; умение определять и расставлять приоритеты; умение аргументировать свою точку зрения.

Описание показателей и критериев оценивания результатов государственного экзамена, а также шкалы оценивания приведены в табл.12.

6.4. Перечень литературы, разрешенной к использованию на государственном экзамене

6.4.1. Обучающимся, проходящим процедуру ГИА, во время ее проведения запрещается иметь при себе и использовать мобильные средства связи, микронаушники и иные технические средства, если это не предусмотрено программой ГИА.

6.4.2. Нарушение пункта 6.4.1 РП ГИА а также попытка общения с другими обучающимися или иными лицами при прохождении ГИА, создание помехи работе комиссии и другие подобные действия являются основанием для удаления обучающегося из аудитории и последующего проставления в ведомость оценки «неудовлетворительно».

6.4.3. Использование учебников, и других пособий не допускается.

6.5. Организация и проведение государственного экзамена

Государственный экзамен проводится на заключительном этапе учебного процесса до защиты выпускной квалификационной работы.

К ГИА допускаются обучающиеся, не имеющие академической и финансовой задолженности, в полном объеме освоившие учебный план или индивидуальный учебный план по соответствующей образовательной программе.

Перед государственным экзаменом проводятся обзорные лекции и/или предэкзаменационная консультация обучающихся в объеме, предусмотренном учебным планом, по вопросам, включенным в программу государственного экзамена.

Государственный экзамен проводится на открытом заседании ГЭК. Государственный экзамен проводится на том языке, на котором была реализована ОПОП ВО. В процессе подготовки к ответу экзаменуемому разрешается пользоваться РП ГИА и литературой, перечень которой указывается в разделе 6.4.

Таблица 12

Показатели, критерии и уровни оценивания результатов государственного экзамена

Уровни оценивания	Описание показателей и критериев оценивания		
	Показатели оценивания	Критерии оценки тестовых заданий (50 баллов)	Критерии оценки практических / ситуационных заданий (50 баллов)
Высокий уровень 90-100 баллов («отлично»/ А)	знание учебного материала (учебных дисциплин); знание нормативно-законодательных актов и различных информационных источников; способность к абстрактному логическому мышлению; умение выделить проблемы;	ставится 45-50 баллов, соответственно, если обучающийся представил 45-50 правильных ответов.	при правильном численном ответе, полученном на основании решения по правильной расчетной схеме и корректно записанным расчетным формулам - ставится 45-50 баллов.
Средний уровень 75-89 баллов («хорошо»/ В,С)	умение определять и расставлять приоритеты; умение аргументировать свою точку зрения; умение применять теоретические знания для анализа конкретных производственных ситуаций и решения прикладных проблем; общий (культурный) и специальный (профессиональный) язык ответа; - высокий уровень сформированности компетенций.	ставится 38-44 баллов, соответственно, если обучающийся представил 38-44 правильных ответов.	представлено решение задачи по правильно записанным расчетным формулам, но при неполучении правильного численного решения в результате допущенных численных ошибок в расчетах - ставится от 38-44 баллов.
Низкий уровень 60-74 балла («удовлетворительно» /D,E)	знание учебного материала (учебных дисциплин); знание нормативно-законодательных актов и различных информационных источников; способность к абстрактному логическому мышлению; умение выделить проблемы; умение определять и расставлять приоритеты; умение аргументировать свою точку зрения; умение применять теоретические знания для анализа конкретных производственных ситуаций и решения прикладных проблем;	ставится 30-37 баллов, соответственно, если обучающийся представил 30-37 правильных ответов.	при отсутствии правильного численного ответа, но при правильно выбранной схеме ее решения и расчетных формулах, в которых, однако, имеются ошибки, не имеющие принципиального значения - ставится 30-37 баллов.
Недостаточный уровень 0-59 баллов («неудовлетворительно»/ F, Fx)	общий (культурный) и специальный (профессиональный) язык ответа. низкий уровень сформированности универсальных компетенций.	ставится 0-29 баллов, соответственно, если обучающийся представил 0-29 правильных ответов.	при полностью неправильном решении или при отсутствии правильного численного ответа, но при правильно выбранной схеме ее решения – ставить 0-29 баллов.

Государственный экзамен проводится в письменной форме.

При проведении государственного экзамена в письменной форме обучающиеся получают тестовые задания, а также практические / ситуационные задания, которые должны быть выполнены письменно. При подготовке обучающиеся делают необходимые записи по каждому вопросу на выданных секретарём ГЭК листах бумаги со штампом.

Результаты государственного аттестационного испытания, проводимого в устной форме, объявляются в день его проведения, результаты государственного аттестационного испытания, проводимого в письменной форме - на следующий рабочий день после дня его проведения.

Перед началом государственного аттестационного испытания секретарь ГЭК объявляет всем, что явка на государственное аттестационное испытание подтверждает отсутствие медицинских или иных уважительных причин, из-за которых обучающийся не может приступить к сдаче государственного аттестационного испытания.

Причина отсутствия на государственном аттестационном испытании может быть признана уважительной при предоставлении подтверждающих документов в сроки, установленные Положением.

Обучающиеся, не прошедшие ГИА в связи с неявкой на государственное аттестационное испытание по уважительной причине (временная нетрудоспособность, исполнение общественных или государственных обязанностей, вызов в суд, транспортные проблемы (отмена рейса, отсутствие билетов), погодные условия или в других случаях, признанных уважительными решением руководителя структурного подразделения), должен предоставить в соответствующее структурное подразделение документ, подтверждающий уважительную причину его отсутствия, в течение 3 (трех) рабочих дней со дня устранения обстоятельств, ставших причиной неявки.

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

При получении оценки «неудовлетворительно» на одном аттестационном испытании или при неявке на него без уважительной причины, обучающийся не допускается к сдаче следующего государственного аттестационного испытания (при его наличии) и представляется к отчислению в порядке, установленном соответствующим Положением.

Особенности организации и проведения ГИА при сетевой форме реализации образовательной программы представлены в разделе 4 Положения.

Порядок проведения ГИА с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий представлен в разделе 5 Положения.

Порядок проведения ГИА для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья представлен в разделе 6 Положения.

Порядок формирования и работы государственных экзаменационных комиссий представлен в разделе 7 Положения.

Порядок подачи и рассмотрения апелляций представлен в разделе 8 Положения.

7. ПОДГОТОВКА К ПРОЦЕДУРЕ ЗАЩИТЫ И ЗАЩИТА ВКР

7.1. Организация и проведение защиты ВКР

7.1.1. Требования к содержанию, форме, структуре, объему, подготовке и защите, а также хранению выпускных квалификационных работ, выполняемых выпускниками Донецкого филиала РАНХиГС представлены в полном объеме в Положении.

7.1.2. Подготовка к процедуре защиты и защита ВКР являются частью государственной итоговой аттестации, если иное не предусмотрено ФГОС.

7.1.3. Критерии оценки результатов защиты ВКР устанавливаются РП ГИА по соответствующей образовательной программе с учетом требований, установленных ФГОС.

7.1.4. В случае если РП ГИА установлено проведение ГИА в формах государственного экзамена и защиты ВКР, защита ВКР проводится после государственного экзамена, за исключением случаев, когда обучающемуся назначена повторная сдача государственного экзамена после защиты ВКР:

в связи с уважительной причиной отсутствия в основной день сдачи государственного экзамена;

по решению апелляционной комиссии.

7.1.5. Каждому обучающемуся выдается индивидуальное задание на ВКР (приложение № 15) не позднее даты начала преддипломной практики.

7.1.6. ВКР выполняется и защищается на русском языке, как государственном языке Российской Федерации.

ВКР может быть выполнена на иностранном языке в случае, если это установлено соответствующей образовательной программой.

Выполненная на иностранном языке работа может защищаться как на русском, так и на иностранном языке.

7.1.7. К работам, выполненным как на русском, так и на иностранном языке предъявляются единые требования и критерии оценивания.

7.1.8. ВКР может быть выполнена одним обучающимся или несколькими обучающимися совместно, но не более 5 (пяти) человек в соответствии с Положением.

7.1.9. При совместном выполнении ВКР структурным подразделением обеспечивается возможность объективного оценивания уровня

подготовленности к самостоятельной профессиональной деятельности каждого обучающегося, выполнявшего ВКР совместно.

7.1.10. Защита ВКР, выполненной совместно несколькими обучающимися, проводится в один и тот же день на заседании одной и той же ГЭК. При этом каждый обучающийся представляет самостоятельно выполненную часть работы.

Участники совместной ВКР выступают один за другим, в соответствии с логикой выполненных ими частей работы.

Итоговая оценка за подготовку и защиту совместной ВКР у авторов работы может отличаться.

7.1.11. ВКР должна быть выполнена обучающимися самостоятельно под контролем научного руководителя.

7.1.12. Под несамостоятельным выполнением ВКР в Положении понимается плагиат, то есть намеренное использование (заимствование) в работе чужого текста или иного объекта авторских прав, опубликованного в бумажном или электронном виде, без полной ссылки (без указания имени автора и источника заимствования) или со ссылками, но так, что объем и характер заимствований ставят под сомнение самостоятельность выполненной работы либо ее разделов.

7.1.13. При подготовке ВКР обучающийся обязан взаимодействовать с научным руководителем для оценки работы на каждом этапе ее написания.

После направления ВКР или ее части научный руководитель должен дать обратную связь обучающемуся в срок не позднее 7 (семи) календарных дней с момента ее получения.

7.1.14. С целью осуществления контроля над подготовкой обучающихся по программам бакалавриата к защите ВКР проводится предварительная защита ВКР.

Предварительная защита ВКР проводится в порядке, установленным структурным подразделением.

7.1.15. После завершения подготовки ВКР обучающийся должен предоставить финальный текст ВКР на проверку научному руководителю не позднее, чем за 14 календарных дней до дня защиты ВКР.

Не позднее, чем за 7 (семь) календарных дней до дня защиты ВКР научный руководитель составляет письменный отзыв (приложение № 16) о работе обучающегося в период подготовки ВКР (далее – отзыв).

В случае выполнения ВКР несколькими обучающимися совместно руководитель ВКР предоставляет кафедре отзыв об их совместной работе в период подготовки ВКР.

7.1.16. В отзыве руководитель ВКР обосновывает возможность или нецелесообразность представления ВКР к защите, обращая особое внимание на имеющиеся в работе недостатки, не устраненные обучающимся. При этом руководитель не выставляет оценку работе, а дает работе объективную

характеристику, т.е. содержание отзыва предполагает обоснованное мнение руководителя о качестве ВКР.

7.1.17. Если обучающийся не выходил на связь и (или) не представлял свою работу на проверку научному руководителю, а также не предоставил финальный текст ВКР в срок, предусмотренный в пункте 4.15, научный руководитель должен отразить это в своем отзыве.

7.1.18. Если ВКР выполнена на иностранном языке, отзыв составляется на русском языке либо, по усмотрению руководителя ВКР, на том иностранном языке, на котором выполнена работа, с обязательным переводом текста отзыва на русский язык.

7.1.19. ВКР по программам магистратуры подлежат рецензированию в срок не позднее, чем за 7 (семь) календарных дней до дня защиты ВКР.

7.1.20. Для проведения рецензирования ВКР направляется структурным подразделением одному или нескольким рецензентам из числа лиц, не являющихся работниками кафедры, либо факультета (института), либо Академии (филиала), где выполнена выпускная квалификационная работа.

Рецензент проводит анализ ВКР и предоставляет в структурное подразделение письменную рецензию (приложение № 18) на указанную работу (далее – рецензия).

Если ВКР имеет междисциплинарный характер, она направляется нескольким рецензентам.

7.1.21. Если ВКР выполнена на иностранном языке, рецензия составляется на русском языке либо, по усмотрению рецензента, на том иностранном языке, на котором выполнена работа, с обязательным переводом текста рецензии на русский язык.

7.1.22. Структурное подразделение обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом и рецензией не позднее, чем за 5 (пять) календарных дней до дня защиты ВКР.

7.1.23. При получении обучающимся рецензии ему, совместно с руководителем следует подготовить ответ на замечания и вопросы рецензента (при их наличии).

Внесение изменений в выпускную квалификационную работу после рецензирования не допускается.

7.1.24. Отрицательный отзыв руководителя ВКР и (или) рецензента не является основанием для не допуска обучающегося к защите ВКР.

Защиту ВКР оценивает ГЭК. Однако отзывы руководителя и рецензента учитываются ГЭК при принятии решения о выставлении результата защиты ВКР.

7.1.25. Тексты ВКР размещаются структурным подразделением в электронно-библиотечной системе Донецкого филиала РАНХиГС и проверяются на объем заимствования.

7.1.26. Проверка осуществляется с использованием информационной системы «Антиплагиат».

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

7.1.28. Организация и контроль проверки (включая контроль за отсутствием фальсификации результатов проверки) производятся уполномоченными лицами Академии из числа работников структурных подразделений Академии, осуществляющих образовательную, научно-исследовательскую, экспертно-аналитическую деятельность (далее – лица, ответственные за проверку работ).

Лица, ответственные за проверку работ, определяются руководителем структурного подразделения.

7.1.29. Лица, ответственные за проверку работ, обращают внимание на возможные технические обходы системы «Антиплагиат».

7.1.30. В соответствии с настоящим Положением признаются правомочными следующие заимствования:

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

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

цитирование нормативных правовых актов с указанием официального источника публикации;

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

7.1.31. Порядок проверки ВКР на объем заимствования:

7.1.31.1. Для проверки обучающиеся самостоятельно осуществляют загрузку ВКР через свой личный кабинет в формате PDF. Ответственность за соответствие текста ВКР на бумажном и электронном носителях несет обучающийся.

7.1.31.2. В систему загружается полный текст ВКР.

7.1.31.3. Количество возможных загрузок версий документа может быть ограничено.

7.1.31.4. Доступ в личный кабинет предоставляется по учетной записи обучающегося с использованием информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу: <https://my.ranepa.ru>.

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

7.1.31.6. После проверки система «Антиплагиат» формирует справку о результатах проверки.

7.1.31.7. Обучающийся представляет ВКР руководителю, также распечатанную и подписанную справку о результатах проверки согласно графику написания ВКР определённым структурным подразделением.

7.1.31.8. Оригинальность ВКР – фрагменты проверяемого текста, не обнаруженные ни в одном источнике и не отмеченные ни одним из модулей поиска. Показатель «Оригинальность» – это доля фрагментов проверяемого текста, отнесенных к оригинальному тексту, в общем объеме текста.

7.1.31.9. Для ВКР магистров минимальный уровень оригинальности с цитированием и самоцитированием должен составлять не менее 80%, если иное не предусмотрено ФГОС. При этом объем цитирования и самоцитирования не должен превышать 20%.

Распорядительным актом руководителя структурного подразделения может быть установлен иной уровень оригинальности ВКР с цитированием и самоцитированием, но не ниже установленного Положением.

7.1.31.10. Руководитель ВКР осуществляет оценку работы с учетом справки о результатах проверки и принимает одно из следующих решений:

о прохождении проверки;

о непрохождении проверки с последующим устранением обучающимся замечаний;

о непрохождении проверки и выходе обучающегося на защиту с отрицательным отзывом руководителя на текст работы.

7.1.31.11. Перед оценкой работы руководитель ВКР осуществляет контроль за отсутствием фальсификации результатов проверки. Доступ к системе сотрудниками осуществляется по адресу: ranepa.antiplagiat.ru.

7.1.31.12. Справка о результатах проверки ВКР при принятии руководителем решения о прохождении работой проверки подписывается руководителем ВКР и прикладывается к общему комплекту документов, передаваемых в ГЭК для защиты ВКР.

7.1.31.13. Информация о принятом решении по результатам проверки доводится до сведения обучающегося.

7.1.31.14. В случае если ВКР не соответствует требованиям, установленным Положением к оригинальности текста, работа возвращается обучающемуся на доработку. При необходимости доработки ВКР обучающемуся предоставляется полный отчет о проверке. Работа должна быть доработана обучающимся и представлена для повторной проверки. При доработке обучающийся не должен производить в работе изменения, направленные на обход алгоритма проверки системы «Антиплагиат».

В случае если обучающийся не предоставил новую редакцию работы, или если выявленные недостатки не устранены и (или) итоговая оценка оригинальности работы не достигла допустимых значений руководитель отражает данный факт в отзыве.

7.1.32. Лицо, ответственное за проверку работ в соответствующем структурном подразделении, осуществляет выборочную контрольную проверку в системе «Антиплагиат» сдаваемых работ на наличие заимствования, неправомерного заимствования и необоснованного самоцитирования. При этом плановый объем проверяемых работ составляет не менее 15% от общего количества работ за текущий календарный год.

7.1.33. Не позднее чем за 2 (два) календарных дня до дня защиты ВКР секретарю ГЭК передаются следующие документы на каждого обучающегося, допущенного к ГИА:

- выпускная квалификационная работа;
- отзыв руководителя ВКР;
- рецензия на ВКР;
- справка о результатах проверки ВКР на наличие заимствований;
- индивидуальное задание на выполнение ВКР;
- другие материалы и документы, характеризующую научную и практическую ценность работы (при наличии).

7.1.34. В случае если ВКР выполнена и защищается на иностранном языке секретарю ГЭК дополнительно предоставляются следующие документы:

- текст ВКР на иностранном языке и ее перевод на русский язык (в количестве экземпляров равным количеству членов ГЭК);
- доклад обучающегося на иностранном языке и его перевод на русский язык (в количестве экземпляров равным количеству членов ГЭК);
- отзыв руководителя ВКР на иностранном и русском языках;
- рецензия на ВКР на иностранном и русском языках.

7.1.35. Особенности использования искусственного интеллекта при подготовке ВКР представлены в разделе 10 Положения.

7.1.36. Особенности подготовки и защиты ВКР, выполненной в конфиденциальном порядке представлены в разделе 11 Положения.

7.2. Примерная тематика выпускных квалификационных работ (магистерской диссертации)

1. Повышение лояльности клиентов торгового предприятия на основе исследования потребителей
2. Усовершенствование процесса информационного обеспечения маркетинга на предприятии (на примере...)
3. Пути совершенствования маркетинговой стратегии предприятия

4. Анализ рынка и формирование предложений по разработке нового товара предприятия в рамках прогнозируемого спроса
5. Стратегия формирования маркетинговой информационной системы в условиях цифровизации
6. Совершенствование процесса медиапланирования на предприятии с использованием цифровых технологий
7. Разработка предложений по совершенствованию деятельности предприятия на основе маркетинговой концепции
8. Разработка и реализация маркетинговой стратегии предприятия в условиях цифровизации
9. Использование современных методов стратегического анализа и разработка предложений по формированию оптимального ассортимента продукции
10. Разработка рекламной кампании предприятия на региональном рынке
11. Повышение маркетингового потенциала предприятия в условиях жесткой конкуренции на рынке
12. Формирование стратегии продвижения предприятия на основе комплексного анализа рыночных возможностей и конкурентных преимуществ
13. Разработка уникального бренда предприятия как возможности выхода на новые рынки сбыта
14. Формирование имиджа предприятия/организации в рамках проблемы корпоративной социальной ответственности.
15. Анализ PR-деятельности и разработка PR-кампании организации/предприятия для повышения эффективности ее деятельности
16. Применение интегрированных маркетинговых коммуникаций в рамках формирования имиджа предприятия
17. Разработка рекомендаций по оптимизации сбытовой политики предприятия
18. Формирование маркетингового механизма ценообразования на предприятии
19. Совершенствование процесса стратегического планирования маркетинговой деятельности предприятия
20. Разработка системы интегрированных маркетинговых коммуникаций по продвижению предприятия
21. Применение интернет-маркетинга в качестве современного средства развития предприятия
22. Анализ маркетинговой деятельности предприятия и разработка эффективной рекламной кампании

23. Разработка предложений по созданию торговой марки предприятия рынка...
24. Анализ товарного ассортимента предприятия и разработка эффективной товарной политики предприятия на рынке....
25. Усовершенствование процесса управления товарными марками на предприятии
26. Разработка предложений по совершенствованию маркетинговой стратегии сбыта предприятия
27. Повышение маркетингового потенциала предприятия в условиях жесткой конкуренции на рынке
28. Формирование стратегии управления продажами предприятия
29. Организация маркетинговых исследований как предпосылка эффективной деятельности предприятия на рынке (на примере ...)
30. Анализ социального развития региона и разработка рекомендаций по внедрению социального маркетинга
31. Формирование имиджа территории, как основа ее развития
32. Анализ и усовершенствование маркетинговой товарной политики предприятия
33. Анализ поведения потребителей и формирование программы лояльности для предприятия
34. Внедрение методов SMM-маркетинга на торговом предприятии
35. Усовершенствование товарной политики на предприятии производственной/торговой сферы

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ГИА

Обеспечение проведения ГИА осуществляется структурными подразделениями, которые используют необходимые для организации образовательной деятельности материально-технические средства при проведении ГИА.

Материально-техническое обеспечение ГИ предусматривает наличие аудитории для сдачи государственного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы.

Государственный экзамен проходит в аудиториях, предусматривающих наличие рабочих мест для председателя и членов ГЭК и рабочих мест для обучающихся, допущенных на государственный экзамен.

Для защиты выпускной квалификационной работы также требуется аудитория, предусматривающая наличие рабочих мест для председателя и членов ГЭК, рабочего места для обучающихся, и, в случае необходимости, компьютерной техники с необходимым программным обеспечением, мультимедийного проектора, экрана.

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ
АТТЕСТАЦИОННЫХ ИСПЫТАНИЙ**

38.04.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент

(наименование образовательной программы)

Магистр

(квалификация)

Очная, заочная

(форма обучения)

Год набора - 2025

Донецк

Составители:

*Лизогуб Римма Петровна, кандидат экономических наук, доцент, доцент
кафедры маркетинга и логистики*

*Лунина Виктория Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент
кафедры маркетинга и логистики*

*Саенко Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры
маркетинга и логистики*

Заведующий кафедрой:

*Попова Татьяна Александровна, канд. экон. наук, доцент, заведующий
кафедрой маркетинга и логистики*

1. ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКЗАМЕН

1.1. Структура государственного экзамена

Государственный экзамен включает тестовые и практические задания по дисциплинам обязательной части и части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

Государственный экзамен по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент») проводится в письменной форме.

Дисциплины:

1. Современный менеджмент.
2. Методы исследования в менеджменте.
3. Формирование маркетинговой стратегии.
4. Маркетинговое планирование в конкурентной среде.
5. Управление брендом.

Экзаменационные билеты (приложение № 2) и (или) экзаменационные материалы для проведения государственного экзамена утверждаются на заседании кафедры маркетинга и логистики Донецкого филиала РАНХиГС не позднее чем за 1 (один) месяц до даты начала ГИА.

Экзаменационный билет для сдачи Государственного экзамена по проверке освоения обучающимися общепрофессиональных и профессиональных компетенций состоит из пятидесяти тестовых заданий по разным учебным дисциплинам и одного практического / ситуационного задания.

Перечень вопросов и типовых практических заданий (задач), критерии и показатели оценивания представлены ниже.

1.2. Содержание государственного экзамена

1. *Современный менеджмент*

Содержание дисциплины

Раздел 1. Концептуальные аспекты системной модели менеджмента организации

Тема 1.1. Системная модель менеджмента организации: организационно-правовой аспект

Тема 1.2. Организационный механизм менеджмента организации

Тема Корпоративная культура организации

Тема 1.4. Организационный дизайн

Тема 1.5. Управленческие модели в организации

Раздел 2. Человеческие ресурсы и человеческий капитал организации

Тема 2.1. Управление человеческими ресурсами организации

Тема 2.2. Управление персоналом современной организации

Раздел 3. Современная модель менеджера

Тема 3.1. Модель современного менеджера

Тема 3.2. Требования к профессиональной компетентности менеджера

Таблица 1

Рекомендованная литература

1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Смоловик, Г. Н.	Персональный менеджмент : учебное пособие (137 с.)	Новосибирск, 2020
Л1.2	И. Ю. Беганская, Л. В. Черная, С. В. Чернобаева, М. В. Гончарова, М. А. Малик, Л. В.	Менеджмент организации : учебник (442 с.)	Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2021
2. Дополнительная литература			
Л2.1	Васильева, Е. Ю., Сергиевская, Н. В.	Коммуникационный менеджмент : учебно- методическое пособие (44 с.)	Москва : МИСИ-МГСУ, ЭБС АСВ, 2020
Л2.2	Чегринцова С. В.	Лидерство и командообразование в организации : учебное пособие	Тверь : Тверской государственный университет, 2020

2. Методы исследования в менеджменте.

Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретико-методологические основы исследования в менеджменте

Тема 1.1. Роль исследования в развитии управления. Методология исследования управленческих ситуаций

Тема 1.2. Системный анализ и общенаучные методы исследований в менеджменте

Тема 1.3. Методологические положения исследования систем управления. Диагностика систем управления

Раздел 2. Конкретные (специфические) методы исследований в менеджменте

Тема 2.1. Документальные и социологические методы исследования в менеджменте

Тема 2.2. Методы экспертных оценок

Тема 2.3. Методы исследований операций в менеджменте

Тема 2.4. Методы маркетинговых исследований в принятии управленческих решений

Раздел 3. Организация и методическое обеспечение исследования в менеджменте

Тема 3.1. Планирование и организация исследований в менеджменте

Тема 3.2. Научная и практическая эффективность исследований в менеджменте

Таблица 2

Рекомендованная литература

1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год

Л1.1	Краснянская, О.	Методы исследования в менеджменте : учебное пособие (152 с.)	Москва : СОЛОН-Пресс, 2022
Л1.2	Подсорин, В. А.	Методы исследований в менеджменте: учебное пособие (158 с.)	Москва : РУТ (МИИТ), 2019
2. Дополнительная литература			
Л2.1	Суворова, А. В.	Методы исследования в менеджменте: учебное пособие (112 с.)	Улан-Удэ : Бурятская ГСХА им. В.Р. Филиппова, 2021
Л2.2	М. В. Мирославская, Н. Л. Соловьева, Л. К. Шамина	Методы исследований в менеджменте : учебное пособие (65 с.)	Санкт-Петербург : БГТУ "Военмех" им. Д.Ф. Устинова, 2021

3. Формирование маркетинговой стратегии

Содержание дисциплины

Раздел 1. Концептуальные основы стратегического маркетинга

Тема 1.1. Сущность, роль и задачи стратегического маркетинга.

Тема 1.2. Методологический инструментарий разработки маркетинговой стратегии.

Тема 1.3. Этапы процесса маркетингового планирования.

Тема 1.4. Виды маркетинговых стратегий. Основы принятия решений выбора маркетинговой стратегии

Раздел 2. Инструментарий стратегического маркетингового анализа

Тема 2.1. Анализ матричных методов разработки маркетинговых стратегий.

Тема 2.2. Методы и модели анализа маркетинговых стратегических позиций.

Тема 2.3. Особенности разработки маркетинговой стратегии на региональном уровне

Раздел 3. Результативность маркетинговой стратегии

Тема 3.1. Реализация маркетинговой стратегии и управление ею

Тема 3.2. Оценка эффективности и выбор оптимальной стратегии маркетинга

Таблица 3

Рекомендованная литература

1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Кулагина, Н.А.	Стратегия предприятия: учебно-методическое пособие (168 с.)	Симферополь: Университет экономики и управления (2021)

Л1.2	Д. В. Латышев, Т.М. Гомаюнова	Маркетинговые технологии и стратегии в управленческой деятельности организации. Теоретический курс: учебное пособие для студентов высших учебных заведений (135 с.)	Волгоград : Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена», 2019
Л1.3	И. В. Котляревская	Стратегический маркетинг: учебное пособие для студентов вуза, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (138 с.)	Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2019
2. Дополнительная литература			
Л2.1	Ружанская, Л. С.	Стратегический менеджмент: учебное пособие для студентов вуза (112 с.)	Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2019
Л2.2	Краснова, О. В.	Стратегическое управление организацией: учебное пособие (108 с.)	Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2024
Л2.3	Научная монография	Теория и методология разработки стратегии развития предприятия (278 с.)	Москва, Саратов: Международная академия оценки и консалтинга, Ай Пи Эр Медиа, 2019

4. Маркетинговое планирование в конкурентной среде

Содержание дисциплины

Раздел 1. Конкуренция и конкурентоспособность.

Тема 1.1. Теоретические основы конкурентных отношений

Тема 1.2. Конкурентоспособность: виды, факторы влияния

Тема 1.3. Теория конкурентных преимуществ.

Раздел 2 Теоретические аспекты маркетингового планирования.

Тема 2.1. Теоретические основы маркетингового планирования.

Тема 2.2. Инструменты, объекты и цели маркетингового планирования.

Тема 2.3. Общие концепции планирования маркетинга.

Раздел 3. Организация маркетингового планирования

Тема 3.1. Структура плана маркетинга

Тема 3.2. Организация планирования маркетинга

Тема 3.3. Оценка маркетинговых стратегий и мероприятий

Таблица 4

Рекомендованная литература

1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,
Л1.1	Е. И. Кулик	Управление международной конкурентоспособностью предприятий (256 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2020
Л1.2	Н. В. Агаркова, В. Е. Малиненко	Маркетинг : учебно-методическое пособие (323 с.)	Донецк : ДонАУиГС, 2017
Л1.3	И.И. Скоробогатых, М.А. Солнцев, Ж.М. Мусатова, П.Ю. Новоструев	Маркетинговое управление разработкой продукта: учебное пособие (176 с.)	Дашков и К, 2022
Л1.4	Белявский И.К.	Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз :учебное пособие (214 с.)	Москва Курс ИНФРА-М; 2020
2. Дополнительная литература			
Л2.1	Карпова С.В., Касаев Б.С., Климов Д.В.	Система маркетинговых инструментов и механизмов их реализации в планировании территориального развития (216 с.)	Вузовский учебник, 2018
Л2.2	Котлер Филип	Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер (211 с.)	Альпина Паблишер, 2021

5. Управление брендом.

Содержание дисциплины

Раздел 1. История брендинга, основные понятия. Классификация, технология рождения и формирования брендов.

Тема 1.1. Основные понятия бренд-менеджмента. История и классификация брендов.

Тема 1.2. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда

Раздел 2 Портфель брендов: управление и коммуникации.

Тема 2.1. Управление и развитие портфеля брендов.

Тема 2.2. Бренд-коммуникации.

Раздел 3. Капитализация и глобализация бренда

Тема 3.1. Капитализация, аудит и оценка бренда

Тема 3.2. Глобальный бренд-менеджмент.

Таблица 5

Рекомендованная литература

1. Основная литература			
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Н. В. Агаркова, Н. В. Близкая	Управление брендом : учебно- методическое пособие для обучающихся 2 курса образовательной программы магистратуры направления подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Стратегический маркетинг и бренд-	Донецк : ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2021

		менеджмент») очной / заочной форм обучения (218 с.)	
Л1.2	О. В. Бондарская, Т. А. Бондарская, Р. Г. Гучетль, Г. Л. Попова	Формирование бренда предприятия: учебное пособие (213 с.)	Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2017
Л1.3	Сабурова, М. М.	Организация работы отдела маркетинга : теория и практика: Учебник (236 с.)	Ульяновск : УЛГТУ, 2017
Л1.4	Хамаганова, К. В.	Стратегический брендинг: Учеб. пособие (60 с.)	Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017
Л1.5	Чумиков, А. Н.	Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание): Учеб. пособие для студентов ВУЗов. (160 с.)	Москва : Аспект Пресс, 2016
2. Дополнительная литература			
Л 2.1	И. Ю. Беганская, Л. В. Кулешова	Международный менеджмент и маркетинг : конспект лекций для студентов 1 курса ОУ «магистр» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистерские программы : «Менеджмент организации», «Стратегическое управление», «Стратегическое управление в международном бизнесе», «Международный менеджмент», «Корпоративное управление и стратегическое развитие бизнеса») очной / заочной форм обучения (218 с.)	Донецк : ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2018
Л 2.11	Семенчук, В.	101 способ раскрутки личного бренда: Как сделать себе имя	Альпина Паблишер, 2019
Л2.12	Шарков, Ф. И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие (324)	Москва : Дашков и К, 2018
Л 2.13	Сайкин, Е. А.	Основы брендинга: учебное пособие (55 с.)	Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2016

1.3. Перечень компетенций, которыми должен овладеть обучающийся

Выпускник, освоивший образовательную программу магистратуры должен обладать компетенциями, предусмотренными соответствующей ОПОП ВО (Таблицы 6-8).

Таблица 6

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	<p>УК-1.1: Способен оценивать последствия при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</p> <p>УК-1.2: Способен применять методы защиты в чрезвычайных ситуациях и в условиях военных конфликтов</p> <p>УК-1.3: Способен применять системный подход при работе с информацией</p> <p>УК-1.4: Способен осуществлять квалифицированную оценку знания на основе системного и междисциплинарного подходов в различных культурно-исторических условиях</p> <p>УК-1.5: Способен разрабатывать стратегию, направленную на устранение рисков</p> <p>УК-1.6: Способен применять системный подход при анализе информации, восполнять и синтезировать недостающую информацию</p> <p>УК-1.7: Способен разрабатывать альтернативные стратегии действий на основе критического анализа и системного подхода</p>
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	<p>УК-2.1: Способен определять цели и задачи управления изменениями на основе проектного подхода</p> <p>УК-2.2: Способен оценивать изменения и управлять ими</p> <p>УК-2.3: Способен оценивать ресурсы и определять способы управления проектом</p>

Таблица 7

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1: Способен организовать конструктивное взаимодействие в команде УК-3.2: Способен применять различные технологии управления межличностными отношениями УК-3.3: Способен разработать командную стратегию управления организацией
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (-ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1: Способен участвовать в публичных выступлениях УК-4.2: Осуществляет поиск иноязычных материалов, переводит и редактирует различные академические, профессиональные, деловые тексты с использованием современных информационных технологий и ресурсов УК-4.3: Способен аргументированно дискутировать на иностранном языке на профессиональные темы
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1: Способен учитывать историческое наследие и традиции различных социальных групп, этносов и конфессий УК-5.2: Способен преодолевать коммуникативные барьеры при межкультурном взаимодействии
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровье сбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способнее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1: Способен определять приоритеты собственной деятельности в организации образовательной среды УК-6.2: Способен использовать образовательные технологии при выстраивании траектории собственного профессионального роста УК-6.3: Способен при ведении переговоров реализовывать и совершенствовать приоритеты собственной деятельности

Таблица 8

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС (при наличии), анализ опыта)
ПК-1: Способен к стратегическому анализу и планированию продвижения продукции/услуги и	ПК-1.1: Способен разрабатывать стратегию продвижения, а также планировать маркетинговую деятельность организации/предприятия с учетом данной стратегии	Анализ опыта: К/02.7; К/03.7; К/04.7; К/05.7; К/06.7; В/01.7; В/02.7; В/04.7;

организаций/ предприятий, в том числе в сети Интернет	ПК-1.2: Способен осуществлять управление персоналом в подразделениях, осуществляющих маркетинговую деятельность организации/предприятия	L/01.7; L/02.7; L/03.7; C/01.8; C/02.8
	ПК-1.3: Способен осуществлять стратегический анализ и планирование продвижения продукции/услуги организаций/предприятий в сети Интернет	
ПК-2: Способен формировать и управлять маркетинговой стратегией организации/предприятия	ПК-2.1: Способен к изучению рынков и осуществлению маркетингового анализа с целью разработки и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	Анализ опыта: К/01.7; К/02.7; К/03.7, К/04.7; К/05.7; К/06.7; В/01.7; В/02.7; В/03.7; В/04.7; L/02.7; L/03.7; C/01.8; C/02.8
	ПК-2.2: Способен осуществлять управление маркетинговой деятельностью организации/предприятия	

1.4. Типовые задания и критерии оценивания знаний обучающихся на государственном экзамене

Перечень вопросов, типовых практических/ситуационных заданий, тестовых заданий представлены в таблицах 9-10.

Таблица 9

Перечень вопросов к государственному экзамену

№ задания	Содержание задания
<i>Современный менеджмент</i>	
1	Организационная характеристика системы, представляющая собой совокупность устойчивых, системообразующих связей и отношений, обеспечивающих стабильность и равновесие системы, взаимодействие, соподчиненность и пропорциональность составляющих ее элементов называется: А) организационная структура управления; Б) структура; В) звено управления; Г) департамент.
2	Наличие у всех работающих общих целей и их непосредственное участие в выработке путей достижения этих целей, заинтересованность в обеспечении общих конечных результатов организаций характеризуется таким понятием как: А) организационная культура; Б) организационное поведение; В) организационная ситуация; Г) организационная система.

3	<p>Подход к управлению, заключающийся в обосновании информационной сущности управления, универсальности законов управления в системах различной природы, выявлении и организации механизмов обратной связи в системах управления, оптимизации поведения системы на основе обратных связей и в соответствии с заранее определенными целями называется:</p> <p>А) кибернетический; Б) ситуационный; В) процессный; Г) системный.</p>
4	<p>Метод управления, который предполагает разработку программы действий, затем создание механизма реализации намеченной программы с последующей оценкой полученных результатов называется:</p> <p>А) программно-целевой; Б) детерминированный; В) стратегический; Г) ценностно-ориентированный.</p>
5	<p>Изучение межличностной коммуникации предполагает рассмотрение ее как процесса, состоящего из этапов и стадий:</p> <p>А) отправление; Б) получение; В) кодирование; Г) декодирование</p>
6.	<p>Способность оказывать влияние на поведение людей называется: А) воздействие; Б) власть; В) принуждение; Г) побуждение</p>
7	<p>Коммуникация может быть определена как: А) передача информации; Б) передача значения или смысла с помощью символов; В) процесс установления общности между людьми; Г) общение в группе.</p>
8	<p>По содержанию и функциональному назначению связи и отношения, составляющие структуру организации, подразделяются на группы:</p> <p>А) связи непосредственного взаимодействия; Б) отношения соподчиненности; В) соотношения, устанавливающие пропорциональность строения организации; Г) отношения периодичности</p>
9	<p>Согласно конфуцианству, на каких правилах, устанавливающих морально-этические основы жизни человека, основывалось управление государством:</p> <p>А) человеколюбие; Б) любовь к ближнему; В) постоянное стремление к власти; Г) честность, вежливость.</p>
10	<p>Власть - это отношения, которые характеризуются:</p> <p>А) динамикой; Б) изменчивостью ситуации; В) изменением людей; Г) изменением во времени.</p>
Методы исследования в менеджменте	

1	<p>Что такое методология исследования?</p> <p>А) логическая схема исследования; Б) совокупность методов и принципов исследования; В) соответствие целей, средств и методов исследования; Г) эффективный прием получения знаний.</p>
2	<p>Как называется метод исследования науки планирования, предусматривающий изучение отношений планирования как процессов, находящихся в стадии развития и изменяются под влиянием действующих на них факторов?</p> <p>А) метод системного подхода и рационального выбора; Б) конкретно-исторический подход; В) комплексный подход; Г) эксперимент.</p>
3	<p>Как называется метод плановых расчетов, заключается в анализе динамики показателей прошлых лет?</p> <p>А) экстраполяции; Б) факторный; В) нормативный; Г) балансовой.</p>
4	<p>При каком методе плановые значения показателей определяются на основе влияния важнейших факторов?</p> <p>А) экстраполяции; Б) факторном; В) нормативном; Г) балансовом</p>
5	<p>Какой метод планирования предусматривает использование при установлении плановых показателей фактических статистических данных за предыдущие годы и средних величин?</p> <p>А) балансовый; Б) матричный; В) нормативный; Г) пробно-статистический.</p>
6	<p>К источникам внутренних информационных данных для планирования относятся:</p> <p>А) бухгалтерский учет и отчетность; Б) статистический учет и отчетность; В) оперативный учет и отчетность; Г) все вышеперечисленные варианты</p>
7	<p>Что представляет собой цель исследования?</p> <p>А) выбор предмета исследования; Б) соразмерность использованных ресурсов; В) желаемый результат исследования; Г) противоречие, требующее разрешения.</p>
8	<p>Что предполагает метод идеализации?</p> <p>А) изучение исследуемых объектов путем отображения их в знаковой форме при помощи искусственных языков; Б) анализ объектов проводится при утверждениях, не требующих доказательств; В) анализ строится на основании модели, отражающей структуру, связи и отношения; Г) анализ объектов проводится при наделении их гипотетическими свойствами.</p>

9	<p>Как называется метод планирования, предусматривающий разработку планов в два этапа - текущее планирование по основным целям, разработка конечного плана на основе детализированных планов?</p> <p>А) прогрессивный; Б) ретроградный; В) круговой; Г) нет верного ответа</p>
10	<p>К какой группе относится метод Дельфи?</p> <p>А) логические методы; Б) интуитивные методы; В) экспертные методы; Г) методы тестирования.</p>
Формирование маркетинговой стратегии	
1	<p>Задача стратегического маркетинга по управлению портфелем бизнеса фирмы заключается в:</p> <p>А) формирование новых стратегических хозяйственных подразделений; Б) создание высококачественного товара; В) повышение рентабельности; Г) уменьшение количества конкурентов.</p>
2	<p>Стратегический инструмент, позволяющий согласовать политику продаж с общей деловой стратегией компании, наилучшим образом использовать имеющиеся трудовые ресурсы, оптимизировать затраты и максимизировать прибыль, представляет собой:</p> <p>А) модель оплаты труда; Б) стратегический подход к управлению затратами; В) показатель численности торговых представителей; Г) модель учета продаж.</p>
3	<p>Поскольку сотрудники отдела продаж работают непосредственно с клиентами их главная задача:</p> <p>А) показать всю продукцию в торговом зале; Б) обратить внимание на ценники; В) убедить клиента приобрести именно Вашу продукцию; Г) быть внимательными к выбору клиентов – покупателей.</p>
4	<p>Что такое венчурный бизнес:</p> <p>А) государственные неприбыльные организации; Б) самостоятельные небольшие фирмы, занимающиеся исследованиями, разработками производства новой продукции; В) частные неприбыльные организации; Г) научно-исследовательские сектора высших учебных заведений.</p>
5	<p>Согласно какой модели на первый план выходят самостоятельные торговые марки, принадлежащие компании, а корпоративному бренду отводится вспомогательная роль в формировании имиджа на рынке?</p> <p>А) глобальный бренд-менеджмент; Б) азиатская модель бренд-менеджмента; В) модель глобального бренд-менеджмента; Г) западная модель управления брендами.</p>

6	<p>Что можно оценить с помощью маркетинговых исследований:</p> <p>А) оценить объем рынка;</p> <p>Б) определить необходимое количество работников;</p> <p>В) определить потенциальных потребителей;</p> <p>Г) рассчитать возможные налоговые обязательства</p>
7	<p>Эффективность поиска информации может быть оценена по счету:</p> <p>А) показателей погрешности поиска и полноты поиска;</p> <p>Б) показателей емкости рынка и погрешности поиска;</p> <p>В) показателей погрешности поиска и общего объема информации;</p> <p>Г) показателей полноты поиска и объема релевантной информации</p>
8	<p>Стратегическая группа конкурентов содержит:</p> <p>А) производителей товаров-заменителей;</p> <p>Б) поставщиков;</p> <p>В) производителей товаров похожего качества;</p> <p>Г) производителей подобных товаров, которые реализуют их за близкими ценами.</p>
9	<p>Стандартная погрешность выборки зависит от:</p> <p>А) процента опрошенных, ответивших на определенные вопросы;</p> <p>Б) типа выборки;</p> <p>В) объема выборки;</p> <p>Г) средней генеральной совокупности.</p>
10	<p>Среди факторов, которые больше всего повлияли на развитие стратегического маркетинга, можно назвать:</p> <p>А) улучшение качества продукции;</p> <p>Б) быстрые изменения внешней маркетинговой среды; В) растущая глобализация рынков;</p> <p>Г) повышение цен на потребительские товары.</p>
<i>Маркетинговое планирование в конкурентной среде</i>	
1	<p>Задача стратегического маркетинга по управлению портфелем бизнеса фирмы заключается в:</p> <p>А) формировании новых стратегических хозяйственных подразделений;</p> <p>Б) создании высококачественного товара;</p> <p>В) повышении рентабельности;</p> <p>Г) уменьшении количества конкурентов.</p>
2	<p>Что можно оценить с помощью маркетинговых исследований:</p> <p>А) объем рынка;</p> <p>Б) определить необходимое количество работников;</p> <p>В) определить потенциальных потребителей;</p> <p>Г) рассчитать возможные налоговые обязательства.</p>
3	<p>По уровню управления выделяют:</p> <p>А) анализ внешней информации;</p> <p>Б) поиск потенциальных клиентов;</p> <p>В) анализ внутренней отчетности;</p> <p>Г) анализ производственных мощностей.</p>

4	<p>Что является основным принципом разработки маркетинговой стратегии:</p> <p>А) объективность; Б) комплексность в исследовании рынка; В) целеустремленность; Г) систематичность.</p>
5	<p>Какое из этих правильные не является верным для определения целей и задач исследования:</p> <p>А) четко формулировать конкретные задачи исследования; Б) все формулировки должны быть сложными; В) устанавливать цель исследования в точном соответствии с проблемами, которые необходимо решить; Г) избегать слишком широких задач.</p>
6	<p>Какое из представленных определений маркетинговой информации является наиболее полным:</p> <p>А) совокупность данных о ситуации на рынке, существующие тенденции, место рассматриваемого предприятия на рынке и возможности его развития; Б) совокупность данных и знаний о ситуации на рынке, существующие тенденции и возможные направления ее развития, место рассматриваемого предприятия на рынке и возможности его развития; В) сведения о ситуации на рынке, существующие тенденции и возможные направления развития, место конкурирующих предприятий на рынке и возможности развития; Г) знание рынка, существующие тенденции и возможные направления его развития, место рассматриваемого предприятия на рынке и возможности его развития.</p>
7	<p>Что не относится к источникам первичной информации:</p> <p>А) внутренняя отчетность; Б) анализ информации из специализированных изданий; В) информация о событиях, которые происходят во внешней среде, которая регулярно публикуется и обновляется; Г) специально организованные маркетинговые исследования рыночной среды.</p>
8	<p>Что не относится к источникам первичной информации:</p> <p>А) внутренняя отчетность; Б) анализ информации из специализированных изданий; В) информация о событиях, которые происходят во внешней среде, которая регулярно публикуется и обновляется; Г) специально организованные маркетинговые исследования рыночной среды.</p>
9	<p>Согласно модели Портера к конкурентным силам не относятся:</p> <p>А) товары-заменители; Б) поставщики; В) потребители; Г) контактные аудитории.</p>
10	<p>В комплекс маркетинга нельзя отнести следующую информацию: А) название товара «Регион»; Б) цену изделия 200 руб.; В) тип производства - серийный; Г) использование посредников в сети распространения.</p>
Управление брендом	

1	<p>Термин в маркетинге, символизирующий весь комплекс информации о компании, продукте или услуге, – это...</p> <p>А) логотип Б) товарная марка (товарный знак) В) торговая марка Г) бренд Д) позиционирование.</p>
2	<p>Сочетание названия какого-либо товара и его графического изображения, используемое для большей узнаваемости потребителем товара, – это...</p> <p>А) товарная марка (товарный знак) Б) торговая марка В) бренд Г) дизайн Д) узнаваемость торговой марки</p>
3	<p>В зависимости от направлений маркетинговой деятельности (товарное, ценовое, сбытовое, сервисное или рекламное), различают...</p> <p>А) товары, цены, сбыт. Б) сервис и рекламу. В) виды позиционирования бренда. Г) типы брендов. Д) направления маркетинга</p>
4	<p>Продаваемый во всем мире при сохранении целостности и единства бренд (т. е. применяется одинаковое позиционирование, один и тот же ассортимент продукции, используются одинаковая коммуникация и система распространения), называется...</p> <p>А) местным брендом. Б) глобальным брендом. В) популярным брендом. Г) транскорпорацией. Д) большим брендом</p>
5	<p>Растягивание брэнда (Brand Extension) означает ...</p> <p>А) экстенсивное развитие бренда. Б) увеличение затрат на продвижение. В) увеличение размера логотипа, товарного знака. Г) применение бренда за пределами того товарного ряда, к которому он применялся изначально. Д) полное изменение смысла бренда.</p>
6	<p>Измерение и анализ имиджа бренда, а также оценка его коммерческого потенциала, позволяющие добиться высокой экономической эффективности, являются...</p> <p>А) средствами давления на конкурентов. Б) анализом имиджа бренда. В) инструментами для развития бренда. Г) пустой тратой времени. Д) средствами аудита бренда.</p>

7	<p>Продуктовая форма позиционирования означает:</p> <p>А) Позиционирование бренда путем указания определенного места в товарной категории;</p> <p>Б) Позиционирование бренда как ориентир на определенный сегмент потребителей;</p> <p>В) Позиционирование бренда на основе его ценности в сознании потребителей;</p> <p>Г) Позиционирование бренда, как лучшего представителя товарной категории.</p>
8	<p>Слово, группа слов, которые могут быть произнесены – это:</p> <p>А) Фирменный звук;</p> <p>Б) Фирменный знак;</p> <p>В) Марочное название;</p> <p>Г) Слоган.</p>
9	<p>Такой слоган, как «Не дай себе засохнуть» является:</p> <p>А) Слоганом компании;</p> <p>Б) Слоганом рекламной кампании;</p> <p>В) Слоганом, связанным с предложением определенного товара или услуги;</p> <p>Г) Имиджевым слоганом.</p>
10	<p>Такой принцип построения товарного знака, как простота, означает, что</p> <p>А) Товарный знак не должен быть перегруженным;</p> <p>Б) Товарный знак должен на себя обращать внимание, вызывать эмоции;</p> <p>В) Товарный знак не должен заставлять потребителей расшифровывать информацию;</p> <p>Г) Товарный знак должен помогать потребителю идентифицировать торговую марку.</p>

Таблица 10

Типовые ситуационные / практические задания, выносимые на государственный экзамен

№ задания	Содержание задания
<i>Современный менеджмент</i>	
1	Вы являетесь менеджером небольшой компании, которая столкнулась с ухудшением финансового положения из-за пандемии. Ваша задача разработать стратегию сокращения расходов без ущерба для качества продукции и мотивации сотрудников.
2	Ваша компания решила запустить новый продукт на рынок, конкурирующий с уже устоявшимися брендами. Вам необходимо разработать стратегию, которая поможет привлечь целевую аудиторию и увеличить продажи.
3	Вы работаете в крупной корпорации, где в последнее время наблюдается конфликт между отделами из-за неэффективного взаимодействия. Ваша задача - предложить план действий для улучшения коммуникации между отделами и повышения общей производительности.
<i>Методы исследования в менеджменте</i>	
1	Определите тип наблюдения по его описанию. Известный американский социолог В. Уайт в 30-х годах прошлого века поставил своей задачей изучить процесс возникновения рэкета и формирования преступных групп в квартале, населенном выходцами из Италии. Уайт прожил среди них три с половиной года, и стал полноправным членом исследовательской группы.

2	<p>Предприятие имеет переменные затраты 156 руб. на одно изделие и продажную цену 2820 руб. Постоянные затраты составляют 425 тыс. руб. Текущий объем выпуска составляет 26 тыс. изделий.</p> <p>В соответствии с проектом изменений в стратегическом плане фирмы при реализации ряда мероприятия предусмотрено существенно улучшить качество товара, сократив при этом постоянные затраты до 332 тыс. руб. Ожидается, что переменные затраты увеличатся до 182 руб., выпуск продукции в связи ожидаемым увеличением цены до 2900 руб., из-за дополнительных затрат по обеспечению высокого качества, принято несколько сократить до 25 тыс. изделий.</p> <p>Ожидается, что комплекс предлагаемых мероприятий будет способствовать повышению уровня конкурентоспособности предприятия, которое своими факторами успеха видит улучшение качества продукции при незначительном росте продажной цены.</p> <p>Контрольный вопрос: Обоснуйте (на основе сравнения расчетов ожидаемой прибыли до и после реализации изменений в стратегическом плане), целесообразно ли предприятию вносить коррективы в имеющийся стратегический план?</p>
3	<p>На предприятии по производству строительных материалов средней мощности сложилась критическая ситуация: выпуск продукции резко сократился в связи с тем, что сотрудники начали работать неполный рабочий день, а также ряд из них был переведен «на удаленку» в условиях пандемии COVID-19, а на складах скопилось значительное количество строительных материалов, которые оказались нереализованными. Это повлекло за собой снижение объема выручки от реализации продукции, выпускаемой предприятием, рост кредиторской задолженности, перебои с выплатой заработной платы и явилось одной из причин текучести кадров, снижения объемов производства, ухудшения качества выпускаемой продукции.</p> <p>Таким образом, наметилась явно выраженная тенденция к ухудшению экономического положения предприятия, снижению его производственных возможностей, ослаблению позиций на рынке сбыта продукции.</p> <p>Учредители предприятия, которое по своей организационной форме было закрытым акционерным обществом, вынуждены были вплотную заняться сложившейся на предприятии ситуацией. Учредителям предприятия по производству строительных материалов в сложившейся ситуации необходимо принять действенные меры для улучшения его деятельности.</p> <p style="text-align: center;">Вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Опишите возможные действия руководителя предприятия. 2. Составьте стратегическое решение руководителя предприятия в условиях перевода части персонала на удаленную занятость. 3. Обоснуйте, как организовать трудовой процесс и оплату труда. 4. Предложите пути выхода из критической ситуации, вызванной возникшей пандемией COVID-19 со ссылкой на действующее законодательство сфере трудовых отношений. 5. Необходима ли замена руководства предприятия. Обоснуйте.
Формирование маркетинговой стратегии	

1	<p>Основной завод компании J&R Softdrink занимающийся разливом по бутылкам имеет мощность 80000 л в день и работает без выходных. Стандартные бутылки емкостью 750 мл наполняются напитками и затем поступают на упаковочный участок. Ежедневно отсюда отправляется 20000 упаковок по 12 бутылок каждая. Упаковочный участок работает 5 дней в неделю. Упаковки отправляются на склад транспортной компанией, 8 грузовиков которой могут перевозить по 300 упаковок каждый и совершать по 4 поездки в день 7 дней в неделю. У компании 2 основных склада, каждый из которых может переработать до 30000 упаковок в неделю. Местные доставки осуществляются со склада парком небольших фургонов, которые могут развозить любые виды продукции со склада. Какова мощность этой части системы дистрибьюции? Каким образом J&R Softdrink может повысить свою общую мощность?</p>																								
2	<p>В цепи поставок выполняется 11 видов деятельности, последовательность которых представлена в следующей таблице. Составьте диаграмму предшествования для этой сети.</p> <table border="1" data-bbox="394 709 1479 1192"> <thead> <tr> <th data-bbox="394 709 862 751">Вид деятельности</th> <th data-bbox="862 709 1479 751">Должен быть выполнен после</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="394 751 862 793">1</td> <td data-bbox="862 751 1479 793">-</td> </tr> <tr> <td data-bbox="394 793 862 835">2</td> <td data-bbox="862 793 1479 835">1</td> </tr> <tr> <td data-bbox="394 835 862 877">3</td> <td data-bbox="862 835 1479 877">1</td> </tr> <tr> <td data-bbox="394 877 862 919">4</td> <td data-bbox="862 877 1479 919">2,3</td> </tr> <tr> <td data-bbox="394 919 862 961">5</td> <td data-bbox="862 919 1479 961">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="394 961 862 1003">6</td> <td data-bbox="862 961 1479 1003">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="394 1003 862 1045">7</td> <td data-bbox="862 1003 1479 1045">4</td> </tr> <tr> <td data-bbox="394 1045 862 1087">8</td> <td data-bbox="862 1045 1479 1087">5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="394 1087 862 1129">9</td> <td data-bbox="862 1087 1479 1129">6,7</td> </tr> <tr> <td data-bbox="394 1129 862 1171">10</td> <td data-bbox="862 1129 1479 1171">8,9</td> </tr> <tr> <td data-bbox="394 1171 862 1192">11</td> <td data-bbox="862 1171 1479 1192">10</td> </tr> </tbody> </table>	Вид деятельности	Должен быть выполнен после	1	-	2	1	3	1	4	2,3	5	4	6	4	7	4	8	5	9	6,7	10	8,9	11	10
Вид деятельности	Должен быть выполнен после																								
1	-																								
2	1																								
3	1																								
4	2,3																								
5	4																								
6	4																								
7	4																								
8	5																								
9	6,7																								
10	8,9																								
11	10																								
3	<p>Установить срок доставки угля между портами, если расстояние между ними Равно = 470 миль. Скорость судна на этой линии $V_{SUT} = 350$ миль/сут, грузоподъемность $\Delta_{CH} = 5$ тыс. т при коэффициенте использования грузоподъемности судна = 0,96, норма грузовых работ в порту погрузки $M_1 = 10\ 000$ т/сут, в порту выгрузки $M_2 = 8500$ т/сут, дополнительное время $t_{DOP} = 1,2$ сут (ожидание погрузки — 1 сут, оформление документов и досмотр в порту погрузки — 0,1 сут и в порту выгрузки — 0,1 сут).</p>																								
Маркетинговое планирование в конкурентной среде																									
1	<p>Корректировка маркетинговой стратегии связана с мерами, которые имеют стоимостное выражение. Компания в минувшем году имела валовую прибыль 14,2 млн. руб. В текущем году, с изменением стратегии компании, валовая прибыль выросла на 10%. Общая сумма затрат на стратегические изменения составила 432 000 руб. Рассчитать годовой экономический эффект от новой стратегии компании и рентабельность затрат на корректировочные мероприятия.</p>																								

2	Известно, что средняя рыночная цена аналогичного товара составляет 1332 руб., а также имеется распределение экспертных оценок параметров товара. Используйте для расчета цены метод распределения баллов. Данные для расчета представлены в таблице: Расчет взвешенных оценок по методу распределения 100 баллов							
	Параметры товара	Весовые индексы	Товар А		Товар Б		Товар В	
			Балл	Взвешенные баллы	Балл	Взвешенные баллы	Баллы	Взвешенные баллы
	1	2	3	4	5	6	7	8
	Прочность	0,25	40	10	40	10	20	5,0
	Надежность	0,3	33	9,9	33	9,9	33	9,9
	Легкость в эксплуатации	0,3	50	15,0	25	7,5	25	7,5
	Качество сервиса	0,35	45	6,75	35	5,25	20	3,0
Сумма	1	-	42	-	33	-	25	
Необходимо определить отпускную цену на похожие товары А, Б и В.								
3	В таблице представлены сведения о деятельности отдельной структуры маркетинга.							
	Показатель	Подразделения					итого	
		1	2	3	4	5		
	Затраты на маркетинг по подразделениям, тыс. руб.	400	350	280	300	250	1580	
Ожидаемая прибыль, тыс. руб.	1000	700	450	550	400	3100		
Показатели работы подразделений маркетинга Оцените эффективность работы каждого подразделения.								
Управление брендом								
1	<p>– расходы на сырье и материалы - 1200 руб., – комплектующие изделия – 850 руб.; – основная заработная плата работников – 500 руб., – расходы на подготовку и освоение производства – 70 % основной заработной платы работников; – возмещение износа инструментов, приспособлений целевого назначения и специальные расходы – 200 руб. – расходы на содержание и эксплуатацию оборудования – 45 % основной заработной платы; – общецеховые цеховые расходы – 25 % основной заработной платы; – прочие производственные расходы – 700 руб., – внепроизводственные – 10% от производственной себестоимости.</p> <p>Поскольку предприятие является монополистом на рынке производства данного товара, рентабельность продукции составляет 40 %. Количество произведенной и реализованной продукции составило 100 шт. Оптово- посредническая наценка посредника – 15%, торговая наценка 25%.</p> <p>Вопрос для стратегического анализа: Необходимо определить:</p>							

Описание показателей и критериев оценивания результатов государственного экзамена, а также шкалы оценивания приведены в следующей таблице 11.

2. ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

2.1. Структура выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа (далее – ВКР) является завершающей формой государственной итоговой аттестации выпускника по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Логистика»).

Целью подготовки выпускной квалификационной работы магистра (магистерской диссертации) является систематизация и углубление теоретических и практических знаний, полученных в рамках учебного плана, закрепление навыков самостоятельной исследовательской работы.

Работа должна свидетельствовать о степени готовности выпускника к практической деятельности. Выпускная квалификационная работа по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (профиль «Логистика») выполняется в соответствии с учебным планом и направлена на решение следующих задач:

определить уровень подготовки выпускника, претендующего на получение соответствующего уровня высшего образования, и соответствия его подготовки требованиям ФГОС ВО – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 952;

принять решение о присвоении квалификации «магистр» и выдаче выпускнику диплома установленного образца;

дать рекомендации о целесообразности дальнейшего обучения выпускника в аспирантуре.

Структура ВКР содержит следующие основные элементы:

титульный лист;

содержание;

обозначения и сокращения (при наличии); введение;

основная часть;

заключение;

библиографический список;

приложения (при наличии).

Показатели, критерии и уровни оценивания результатов государственного экзамена

Уровни оценивания	Описание показателей и критериев оценивания		
	Показатели оценивания	Критерии оценки тестовых заданий (50 баллов)	Критерии оценки практических / ситуационных заданий (50 баллов)
Высокий уровень 90-100 баллов («отлично»/ А)	знание учебного материала (учебных дисциплин); знание нормативно-законодательных актов и различных информационных источников; способность к абстрактному логическому мышлению;	ставится 45-50 баллов, соответственно, если обучающийся представил 45-50 правильных ответов.	при правильном численном ответе, полученном на основании решения по правильной расчетной схеме и корректно записанным расчетным формулам - ставится 45-50 баллов.
Средний уровень 75-89 баллов («хорошо»/ В,С)	умение выделить проблемы; умение определять и расставлять приоритеты; умение аргументировать свою точку зрения; умение применять теоретические знания для анализа конкретных производственных ситуаций и решения прикладных проблем; общий (культурный) и специальный (профессиональный) язык ответа; - высокий уровень сформированности компетенций.	ставится 38-44 баллов, соответственно, если обучающийся представил 38-44 правильных ответов.	представлено решение задачи по правильно записанным расчетным формулам, но при неполучении правильного численного решения в результате допущенных численных ошибок в расчетах - ставится от 38-44 баллов.
Низкий уровень 60-74 балла («удовлетворительно» /D,E)	знание учебного материала (учебных дисциплин); знание нормативно-законодательных актов и различных информационных источников; способность к абстрактному логическому мышлению;	ставится 30-37 баллов, соответственно, если обучающийся представил 30-37 правильных ответов.	при отсутствии правильного численного ответа, но при правильно выбранной схеме ее решения и расчетных формулах, в которых, однако, имеются ошибки, не имеющие принципиального значения - ставится 30-37 баллов.
Недостаточный уровень 0-59 баллов («неудовлетворительно»/ F, Fx)	умение выделить проблемы; умение определять и расставлять приоритеты; умение аргументировать свою точку зрения; умение применять теоретические знания для анализа конкретных производственных ситуаций и решения прикладных проблем; общий (культурный) и специальный (профессиональный) язык ответа. низкий уровень сформированности универсальных компетенций.	ставится 0-29 баллов, соответственно, если обучающийся представил 0-29 правильных ответов.	при полностью неправильном решении или при отсутствии правильного численного ответа, но при правильно выбранной схеме ее решения – ставить 0-29 баллов.

2.2. Описание показателей и критериев оценивания ВКР

Примерное распределение баллов по критериям оценивания ВКР приведено в таблице 12.

Таблица 12

Критерии оценивания выполнения и защиты ВКР				
№ п/п	Критерии оценивания	Количество баллов		
		«отлично»	«хорошо»	«удовлетворительно»
1	2	3	4	5
<i>Критерии оценивания качества выполненной ВКР</i>				
1.	Актуальность, обоснованность проблемы исследования и темы ВКР	9-8	8-7	7-5
2.	Уровень обоснованности решений, предложенных в ВКР: оценка уровня теоретической проработки проблемы, оценка методической грамотности проведенных исследований	8-7	7-6	6-5
3.	Научный уровень ВКР	8-7	7-6	6-4
4.	Практическая значимость предложенных мероприятий (рекомендаций) ВКР, подтверждающаяся актом внедрения	9-8	8-7	7-5
5.	Качество оформления ВКР	8-7	7-6	7-5
6.	Уровень творческой активности выпускника (опубликовании материалов ВКР в различных изданиях и т.д.)	8	8	6-5
<i>Критерии оценивания качества защиты ВКР</i>				
1.	Качество доклада обучающегося на защите ВКР	10-9	9-7	7-6
2.	Соответствие доклада содержанию работы, полнота, аргументированность и логическая последовательность изложения содержания ВКР	10-9	9-7	7-6
3.	Качество ответов на вопросы членов ГЭК	10-9	9-7	7-6
4.	Поведение на защите ВКР	10-9	8-7	7-6
5.	Оценка рецензента ВКР	10-9	9-7	7
<i>Всего баллов</i>		<i>100-90 (A)</i>	<i>89-75(B,C)</i>	<i>74-60 (D,E)</i>

Критерии оценки ВКР:

«Отлично» (90-100 баллов / A) – ВКР выполнена на актуальную тему, в ней приведен анализ исследуемой проблемы; предоставлены результаты собственных исследований; отражены научно-обоснованные результаты исследования. Работа выполнена с использованием компьютерных технологий, компьютерных программ или собственных программных продуктов.

«Хорошо» (80-89 баллов / В) – ВКР и ее защита отвечает признакам оценки «отлично». Выявлен широкий профессиональный кругозор выпускника, его умение логично мыслить. Однако в ответах допускаются неточности, которые не изменяют сущности вопроса.

«Хорошо» (75-79 баллов / С) – ВКР и ее защита отвечает признакам оценки «хорошо».

Выпускник в процессе защиты проявляет широкий профессиональный кругозор, умение логично мыслить. В ответах допускаются неточности, которые не изменяют сущности вопроса.

«Удовлетворительно» (70-74 балла / D) – ВКР и ее защита, главным образом, отвечают тем требованиям, которые предъявляются к знаниям основного фактического материала. Однако в ответах недостаточно точно формулируются причинно-следственные связи между явлениями и процессами, оперирование фактами происходит на уровне запоминания. Наглядное сопровождение работы подготовлено на достаточном уровне.

«Удовлетворительно» (60-69 баллов / E) – ВКР и ее защита, главным образом, отвечают тем требованиям, которые предъявляются к знаниям основного фактического материала. Однако в ответах недостаточно точно формулируются причинно-следственные связи между явлениями и процессами, оперирование фактами происходит на уровне запоминания. Наглядное сопровождение работы недостаточно. Выступление выпускника было не четким; доклад подготовлен в упрощенной форме.

«Неудовлетворительно» (36-59 баллов / F) – ВКР и ее защита не отвечают предъявляемым требованиям. Выпускник не знает большей части фактического материала, не умеет устанавливать причинно-следственные связи между явлениями и процессами, заучив материал без его осознания.

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

1. Повышение лояльности клиентов торгового предприятия на основе исследования потребителей
2. Усовершенствование процесса информационного обеспечения маркетинга на предприятии (на примере...)
3. Пути совершенствования маркетинговой стратегии предприятия
4. Анализ рынка и формирование предложений по разработке нового товара предприятия в рамках прогнозируемого спроса
5. Стратегия формирования маркетинговой информационной системы в условиях цифровизации
6. Совершенствование процесса медиапланирования на предприятии с использованием цифровых технологий
7. Разработка предложений по совершенствованию деятельности предприятия на основе маркетинговой концепции
8. Разработка и реализация маркетинговой стратегии предприятия в условиях цифровизации

9. Использование современных методов стратегического анализа и разработка предложений по формированию оптимального ассортимента продукции

10. Разработка рекламной кампании предприятия на региональном рынке

11. Повышение маркетингового потенциала предприятия в условиях жесткой конкуренции на рынке

12. Формирование стратегии продвижения предприятия на основе комплексного анализа рыночных возможностей и конкурентных преимуществ

13. Разработка уникального бренда предприятия как возможности выхода на новые рынки сбыта

14. Формирование имиджа предприятия/организации в рамках проблемы корпоративной социальной ответственности.

15. Анализ PR-деятельности и разработка PR-кампании организации/предприятия для повышения эффективности ее деятельности

16. Применение интегрированных маркетинговых коммуникаций в рамках формирования имиджа предприятия

17. Разработка рекомендаций по оптимизации сбытовой политики предприятия

18. Формирование маркетингового механизма ценообразования на предприятии

19. Совершенствование процесса стратегического планирования маркетинговой деятельности предприятия

20. Разработка системы интегрированных маркетинговых коммуникаций по продвижению предприятия

21. Применение интернет-маркетинга в качестве современного средства развития предприятия

22. Анализ маркетинговой деятельности предприятия и разработка эффективной рекламной кампании

23. Разработка предложений по созданию торговой марки предприятия рынка...

24. Анализ товарного ассортимента предприятия и разработка эффективной товарной политики предприятия на рынке....

25. Усовершенствование процесса управления товарными марками на предприятии

26. Разработка предложений по совершенствованию маркетинговой стратегии сбыта предприятия

27. Повышение маркетингового потенциала предприятия в условиях жесткой конкуренции на рынке

28. Формирование стратегии управления продажами предприятия

29. Организация маркетинговых исследований как предпосылка эффективной деятельности предприятия на рынке (на примере ...)

30. Анализ социального развития региона и разработка рекомендаций по внедрению социального маркетинга

31. Формирование имиджа территории, как основа ее развития
32. Анализ и усовершенствование маркетинговой товарной политики предприятия
33. Анализ поведения потребителей и формирование программы лояльности для предприятия
34. Внедрение методов SMM-маркетинга на торговом предприятии
35. Усовершенствование товарной политики на предприятии производственной/торговой сферы

2.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы

Оценивание выпускной квалификационной работы осуществляется в два этапа:

1. Предварительное оценивание ВКР – осуществляется руководителем ВКР обучающегося (отзыв), а также рецензентом (рецензия с указанием рекомендуемой оценки).

2. Оценка выпускной квалификационной работы – итоговая оценка выставляется на основании результатов экспертной оценки членов ГЭК, а также защиты ВКР.

Таблица 13

Критерии оценки

Критерии оценки сформированности компетенций	Баллы (максимум)
Предварительная оценка руководителя ВКР	
Соответствие оформления ВКР методическим рекомендациями, требованиям стандартов	30
Использование методологии, инструментария и компьютерной техники	70
Итого	100
Предварительная оценка рецензента ВКР	
Практическая значимость результатов ВКР для организации	100
Оценка членов ГЭК	
Соответствие результатов поставленной цели ВКР	75
Полнота и точность ответов на вопросы	15
Содержание и оформление презентационного материала	10
ИТОГО:	100
Дополнительный показатель:	
Наличие справки (акта) о внедрении	5

Таблица 14

Шкала соотнесения баллов и оценок

Оценка	Количество баллов
5 «отлично»	90-100
4 «хорошо»	75-89
3 «удовлетворительно»	60-74
2 «неудовлетворительно»	0-59

ПРИЛОЖЕНИЯ

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

Направление подготовки/
специальность: _____
Образовательная программа: _____
Уровень подготовки: _____
Форма обучения: _____
Год проведения ГИА _____

**ЛИСТ ОЗНАКОМЛЕНИЯ
ОБУЧАЮЩИХСЯ ГРУППЫ _____¹**

Настоящим подтверждается, что с Рабочей программой государственной итоговой аттестации, размещенной на сайте Академии по адресу _____, и включающей в себя:

- программы государственных экзаменов (при наличии);
- критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов;
- требования к выпускным квалификационным работам и порядку их выполнения;
- критерии оценки результатов защиты выпускных квалификационных работ,

а также с Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры, утвержденного приказом Академии от _____ № _____),

ознакомлены следующие обучающиеся:

№/№ п/п	Ф.И.О. обучающегося	Подпись обучающегося
1.		

¹ Лист ознакомления заполняется обучающимися не позднее чем за 6 (шесть) месяцев до даты начала ГИА и хранится в соответствующем структурном подразделении Академии в течение 1 года после проведения ГИА.

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ
НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
*Полное наименование структурного подразделения
Полное наименование факультета/отделения/центра*

« У Т В Е Р Ж Д А Ю »
Заведующий кафедрой/декан
факультета/заведующий
отделением/директор центра

указать наименование кафедры

_____ *подпись*

_____ *Ф.И.О.*

« ____ » _____ 20 ____ г.

**ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ
ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ БИЛЕТЫ
К ГОСУДАРСТВЕННОМУ ЭКЗАМЕНУ**

по
программе _____

бакалавриата/магистратуры/специалитета

Направление подготовки/
Специальность (с указанием кода): _____
Образовательная программа: _____
Форма обучения: _____

«СОГЛАСОВАНО»
Директор института/филиала

_____ *(Ф.И.О.)*

_____ *(подпись)*

Москва – 20 _____

Билеты государственного экзамена
утверждены
на заседании кафедры

_____ *полное наименование кафедры*

Факультета/отделения/центра

_____ *полное наименование факультета*

Института

_____ *полное наименование института*

Протокол заседания кафедры от

« ____ » _____ 20__ г. № _____

Заведующий(-ая) кафедрой

_____ *подпись*

_____ *расшифровка подписи*

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ
НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
*Полное наименование структурного подразделения
Полное наименование факультета*

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКЗАМЕН

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № _____

1.

2.

3.

Заведующий кафедрой/декан факультета/
заведующий отделением/директор центра

_____ *подпись*

_____ *расшифровка
подписи*

20 ____ год

Директору
института/филиала _____

Ф.И.О. директора

от _____

Ф.И.О. обучающегося/обучающихся

обучающегося(-ихся) _____ курса, группы _____
формы обучения, _____

по направлению
подготовки/специальности

по образовательной
программе _____

Заявление

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

Обоснование целесообразности разработки темы:

Указанная тема ВКР утверждена на заседании кафедры, что подтверждает ее значимость и актуальность изучения данного вопроса.

Прошу/*просим* назначить руководителем ВКР: _____

указать Ф.И.О., должность

Прошу/*просим* назначить консультантом
ВКР¹:

указать ФИО, должность

дата

подпись

Ф.И.О. обучающегося

дата

подпись

Ф.И.О. научного руководителя

дата

подпись

Ф.И.О. консультанта (при наличии)

¹ Заполняется по желанию обучающегося

Директору института/филиала _____

Ф.И.О. директора

от _____

Ф.И.О. обучающегося

обучающегося _____ курса, группы _____

формы
обучения,

по направлению подготовки/специальности _____

по образовательной программе _____

телефон: _____ e-mail: _____

Заявление

Прошу установить дополнительный срок прохождения
государственной итоговой аттестации для:

<input type="checkbox"/>	сдачи государственного экзамена
<input type="checkbox"/>	защиты выпускной квалификационной работы

в связи с невозможностью присутствия на ГИА в установленные сроки по
причине _____

указать причину

Прилагаемые документы:

1. _____
2. _____

дата

подпись

Ф.И.О. обучающегося

Директору института/филиала _____

Ф.И.О. директора

от _____

Ф.И.О. обучающегося

обучающегося _____ курса, группы _____

_____ формы обучения,
по направлению подготовки/специальности _____

по образовательной программе _____

телефон: _____ e-mail: _____

Заявление

Прошу разрешить пройти государственную итоговую аттестацию, а именно

- сдачу государственного(-ых) экзамена(-ов);
- защиту выпускной квалификационной работы,

с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в связи с

указать причину

1. Я оповещен(а) о необходимости предъявления паспорта или иного документа, удостоверяющего личность, позволяющего четко зафиксировать фотографию, фамилию, имя, отчество, дату и место рождения, орган, выдавший документ, а также дату выдачи документа для

Директору института/филиала _____

Ф.И.О. директора

от _____

Ф.И.О. обучающегося

обучающегося _____ курса, группы _____
формы обучения,

по направлению подготовки/специальности _____

по образовательной программе _____

телефон: _____ e-mail: _____

Заявление

Прошу обеспечить прохождение государственной итоговой аттестации, а именно

- сдачу государственного(ых) экзамена(ов);
- защиту выпускной квалификационной работы,

проводимой с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, на территории Академии в связи с

указать причину (отсутствие необходимых условий, оборудования, программного обеспечения для прохождения ГИА с применением ЭО и ДОТ)

дата

подпись

расшифровка подписи

Акт
государственной экзаменационной комиссии
(утверждена приказом Академии от _____ № _____)

полное наименование структурного подразделения

о прекращении связи при проведении государственной итоговой аттестации
с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

« _____ » _____ 20 _____ г.

г. _____

ПРИСУТСТВОВАЛИ:

Председатель ГЭК	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
Члены ГЭК:	
1.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
2.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
3.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
4.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание

Настоящий акт составлен на основании п. 5.13 Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, специалитета и магистратуры, утвержденного приказом Академии от _____ 20 _____ года № _____ о том, что

« _____ » _____ 20 _____ года при проведении государственной итоговой аттестации, а именно

- сдачи государственного экзамена;
- защиты выпускной квалификационной работы,

у Ф.И.О. обучающегося, обучающегося _____ курса _____ формы обучения (код, направление подготовки/специальность, образовательная программа) произошел сбой в работе оборудования, что привело к прекращению связи.

Ф.И.О. обучающегося проинформирован о том, что:

- в течение 3 рабочих дней после даты проведения ГИА должен предоставить документ, подтверждающий уважительную причину отключения;

- в случае, если документ не будет предоставлен обучающимся в течение 3 рабочих дней после даты проведения ГИА, то обучающийся будет отчислен по причине неявки на ГИА по неуважительной причине;

- в случае признания причины уважительной обучающемуся будет предоставлена возможность пройти ГИА в другой день в рамках срока, отведенного на ГИА в соответствии с календарным учебным графиком;

- информация о дате и времени проведения мероприятия будет доведена секретарем ГЭК до сведения обучающегося.

Ф.И.О. обучающегося с целью ознакомления была направлена на электронную почту _____ скан-копия акта государственной экзаменационной комиссии о прекращении связи при проведении государственной итоговой аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий от « ____ » _____ 20 ____ года № _____.

Председатель ГЭК _____ / _____ /

Секретарь ГЭК _____ / _____ /

Директору института/филиала _____

Ф.И.О. директора

от _____

Ф.И.О. обучающегося

обучающегося _____ курса, группы _____
формы обучения,

по направлению подготовки/специальности _____

по образовательной программе _____

телефон: _____ e-mail: _____

**Заявление
о создании специальных условий
при проведении государственной итоговой аттестации¹**

Прошу обеспечить при проведении государственной итоговой аттестации в период

- сдачи государственного(-ых) экзамена(-ов);
- защиты выпускной квалификационной работы,

создание для меня следующих специальных условий:

- присутствие в аудитории ассистента на государственной итоговой аттестации;
- увеличение продолжительности времени для подготовки и сдачи итогового аттестационного испытания до _____;
- иные условия, а именно:

Прилагаемые документы:

1. _____

¹ Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

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

Полное наименование института/филиала

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

« _____ » _____ 20 _____ г. г. _____

**ПРОТОКОЛ № _____
ЗАСЕДАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЭКЗАМЕНАЦИОННОЙ КОМИССИИ
ПО ПРИЕМУ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА
ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ДИСЦИПЛИНАМ) И (ИЛИ) МОДУЛЯМ**

« _____ »

Направление подготовки/специальность (с указанием кода): _____

Образовательная программа: _____

Форма обучения: _____

Аттестуется обучающийся: _____

Фамилия Имя Отчество обучающегося

Личность обучающегося идентифицирована, аттестация проведена с применением ДОТ¹

Ссылка на видеозапись аттестационного испытания²: _____

Начало аттестации: _____

указать время

¹ В случае проведения итогового аттестационного испытания с применением дистанционных образовательных технологий.

² В случае проведения итогового аттестационного испытания с применением дистанционных образовательных технологий.

Окончание аттестации: _____

указать время

ПРИСУТСТВОВАЛИ:

Председатель ГЭК	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
Члены ГЭК:	
1.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
2.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
3.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
4.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание

Билет № _____

№	Перечень вопросов	Характеристика ответов
1.		
2.		
3.		

Дополнительные вопросы:

№	Перечень вопросов	Характеристика ответов
1.		
2.		
3.		

СЛУШАЛИ:

Председателя ГЭК _____ о результатах сдачи государственного экзамена.

ПОСТАНОВИЛИ:

Обучающийся _____

Фамилия Имя Отчество обучающегося

сдал государственный экзамен с оценкой _____

Итоги голосования ГЭК:

«За» - _____ ГОЛОСОВ;

«Против» - _____ ГОЛОСОВ;

«Воздержался» - _____ ГОЛОСОВ.

Решение принято _____

единогласно (если все «за»)/

большинством голосов (если есть голоса «против» или «воздержался»)

Мнение председателя и членов ГЭК о выявленном уровне подготовленности студента к решению профессиональных задач:

Выявленные недостатки в теоретической и практической подготовке студента:

Председатель ГЭК _____ / _____ /

Секретарь ГЭК _____ / _____ /

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

Полное наименование института/филиала

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

« _____ » _____ 20 ____ г. г. _____

**ПРОТОКОЛ № _____
ЗАСЕДАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЭКЗАМЕНАЦИОННОЙ КОМИССИИ
ПО ЗАЩИТЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**

Направление подготовки/специальность
(с указанием кода): _____
Образовательная программа: _____
Форма обучения: _____
Вид выпускной квалификационной работы: *Научно-исследовательская
работа/общественный
проект/стартап и т.д.*

Аттестуется обучающийся: _____
Фамилия Имя Отчество обучающегося

Личность обучающегося идентифицирована, аттестация проведена с применением ДОТ¹

Ссылка на видеозапись аттестационного испытания²: _____

Начало аттестации: _____
указать время

Окончание аттестации: _____
указать время

¹ В случае проведения итогового аттестационного испытания с применением дистанционных образовательных технологий.

² В случае проведения итогового аттестационного испытания с применением дистанционных образовательных технологий.

Тема выпускной квалификационной работы: _____

Кафедра: _____

Руководитель: _____

Фамилия И.О., ученая степень, звание

ПРИСУТСТВОВАЛИ:

Председатель ГЭК	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
Члены ГЭК:	
1.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
2.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
3.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
4.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание

Комиссия рассмотрела следующие материалы:

1.	Выпускную квалификационную работу на _____ страницах.
2.	Отзыв руководителя выпускной квалификационной работы.
3.	Рецензию(и) на выпускную квалификационную работу.
4.	Другие материалы (при наличии).

Краткое содержание заданных обучающемуся вопросов:

Общая характеристика ответов обучающегося:

СЛУШАЛИ:

Председателя ГЭК _____ о результатах защиты выпускной квалификационной работы.

ПОСТАНОВИЛИ:

Обучающийся _____

Фамилия Имя Отчество обучающегося

защитил выпускную квалификационную работу с оценкой _____

Итоги голосования ГЭК:

«За» - _____ голосов;
«Против» - _____ голосов;
«Воздержался» - _____ голосов.

Решение принято _____
*единогласно (если все «за»)/
большинством голосов (если есть голоса «против» или «воздержался»)*

Мнение председателя и членов ГЭК о выявленном уровне подготовленности студента к решению профессиональных задач:

Выявленные недостатки в теоретической и практической подготовке студента:

Особое мнение членов ГЭК:

Председатель ГЭК _____ / _____ /

Секретарь ГЭК _____ / _____ /

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

Полное наименование института/филиала

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

« _____ » _____ 20 _____ г. г. _____

**ПРОТОКОЛ № _____
ЗАСЕДАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЭКЗАМЕНАЦИОННОЙ КОМИССИИ
ПО ПРИЕМУ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА
ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ДИСЦИПЛИНАМ) И (ИЛИ) МОДУЛЯМ
« _____ »**

Направление подготовки/специальность (с указанием кода): _____

Образовательная программа: _____

Форма обучения: _____

Аттестуется обучающийся: _____

Фамилия Имя Отчество обучающегося

Личность обучающегося идентифицирована, аттестация проведена с применением ДОТ¹

Ссылка на видеозапись аттестационного испытания²: _____

Начало аттестации: _____

указать время

¹ В случае проведения итогового аттестационного испытания с применением дистанционных образовательных технологий.

² В случае проведения итогового аттестационного испытания с применением дистанционных образовательных технологий.

Окончание аттестации: _____
указать время

ПРИСУТСТВОВАЛИ:

Председатель ГЭК	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
Члены ГЭК:	
1.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
2.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
3.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
4.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание

Результаты письменного теста:

1. Количество правильных ответов: _____
2. Количество неправильных ответов: _____
3. Количество пропущенных ответов: _____
4. Всего вопросов в тесте: _____
5. Итоговая сумма в баллах: _____

Шкала оценивания:

Оценка	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Количество баллов				

СЛУШАЛИ:

Председателя ГЭК _____ о результатах сдачи государственного экзамена.

ПОСТАНОВИЛИ:

Обучающийся _____
Фамилия Имя Отчество обучающегося

сдал государственный экзамен с оценкой _____

Итоги голосования ГЭК:

- «За» - _____ голосов;
«Против» - _____ голосов;
«Воздержался» - _____ голосов.

Решение принято _____
*единогласно (если все «за»)/
большинством голосов (если есть голоса «против» или «воздержался»)*

Мнение председателя и членов ГЭК о выявленном уровне подготовленности студента к решению профессиональных задач:

Выявленные недостатки в теоретической и практической подготовке студента:

Председатель ГЭК _____ / _____ /

Секретарь ГЭК _____ / _____ /

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

Полное наименование института/филиала

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

« _____ » _____ 20 _____ г. г. _____

**ПРОТОКОЛ № _____
ЗАСЕДАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЭКЗАМЕНАЦИОННОЙ КОМИССИИ
ПО ПРИСВОЕНИЮ КВАЛИФИКАЦИИ**

Направление подготовки/специальность (с указанием кода): _____

Образовательная программа: _____

Форма обучения: _____

ПРИСУТСТВОВАЛИ:

Председатель ГЭК	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
Члены ГЭК:	
1.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
2.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
3.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
4.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание

СЛУШАЛИ:

Председателя ГЭК _____ о результатах государственной
итоговой аттестации.

ПОСТАНОВИЛИ:

1. Считать результаты освоения обучающимися образовательной программы «*Наименование образовательной программы*» соответствующими требованиям федерального государственного образовательного стандарта (или «*образовательного стандарта, самостоятельно установленного Академией*») по направлению подготовки/специальности (код, наименование направления подготовки/специальности), утвержденного приказом Минобрнауки России от _____ № _____ (или «*утвержденного приказом Академии от _____ № _____*»).

2. Присвоить квалификацию _____ по направлению подготовки/специальности (код, наименование направления подготовки/специальности) и выдать документ об образовании и о квалификации следующим обучающимся:

№ п/п	ФИО обучающегося	Квалификация	Примечание (диплом с отличием)
----------	------------------	--------------	-----------------------------------

Итоги голосования ГЭК:

«За» - _____ ГЛОСОВ;
«Против» - _____ ГЛОСОВ;
«Воздержался» - _____ ГЛОСОВ.

Решение принято _____
*единогласно (если все «за»)/
большинством голосов (если есть голоса «против» или «воздержался»)*

3. Особое мнение членов ГЭК:

Председатель ГЭК _____ / _____ /

Секретарь ГЭК _____ / _____ /

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

Полное наименование института/филиала

АПЕЛЛЯЦИОННАЯ КОМИССИЯ

« _____ » _____ 20____ г. г. _____

**ПРОТОКОЛ № _____
ЗАСЕДАНИЯ АПЕЛЛЯЦИОННОЙ КОМИССИИ**

Апелляция подана обучающимся: _____
Ф.И.О. обучающегося

Направление подготовки/специальность (с указанием кода): _____

Образовательная программа: _____

Форма обучения: _____

ПРИСУТСТВОВАЛИ:

Председатель апелляционной комиссии	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
Члены апелляционной комиссии:	
1.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
2.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
3.	Фамилия, инициалы, ученая степень, звание
Обучающийся	Фамилия, инициалы обучающегося или отметка о его отсутствии

На заседании апелляционной комиссии рассмотрена апелляция

Ф.И.О. обучающегося

- о нарушении, по мнению обучающегося, процедуры проведения государственного экзамена, повлиявшей на результат государственного аттестационного испытания;
- о несогласии обучающегося с результатами государственного экзамена;
- о нарушении, по мнению обучающегося, процедуры проведения защиты выпускной квалификационной работы, повлиявшей на результат государственного аттестационного испытания.

В апелляционную комиссию предоставлены следующие документы:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Содержание обсуждения:

На основании предоставленных документов апелляционная комиссия
ПОСТАНОВИЛА:

Решение апелляционной комиссии должно быть направлено обучающемуся в течение 3 рабочих дней со дня заседания апелляционной комиссии на электронную почту, указанную в заявлении.

Председатель

апелляционной комиссии _____ / _____ /

Члены апелляционной
комиссии:

_____ / _____ /

С решением апелляционной комиссии ознакомлен:

дата

подпись обучающегося

расшифровка подписи

Председателю апелляционной комиссии
 ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства
 и государственной службы при Президенте Российской
 Федерации»

_____ *Ф.И.О. председателя апелляционной комиссии*

от _____

_____ *Ф.И.О. обучающегося*

обучающегося _____ курса, группы _____

_____ формы обучения,
 по направлению
 подготовки/специальности _____

_____ по образовательной программе

телефон: _____ e-mail: _____

Апелляционное заявление

Прошу рассмотреть апелляцию:

- о нарушении, по моему мнению, процедуры проведения государственного экзамена, повлиявшей на результат государственного аттестационного испытания;
- о несогласии с результатами государственного экзамена;
- о нарушении, по моему мнению, процедуры проведения защиты выпускной квалификационной работы, повлиявшей на результат государственного аттестационного испытания.

Дата проведения аттестационного испытания – « ___ » _____ 20 ___ г.

Суть заявления:

Результаты рассмотрения моего заявления прошу направить на электронную почту _____.

дата

подпись обучающегося

расшифровка подписи

Заявление принято:

дата

подпись сотрудника

расшифровка подписи

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

Полное наименование института/филиала

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
на выполнение выпускной квалификационной работы (ВКР)**

Направление подготовки/специальность

(с указанием кода): _____

Образовательная программа: _____

Курс _____ Форма обучения _____

Ф.И.О. обучающегося(ихся) _____

1. Вид ВКР: _____

2. Тема ВКР: _____

3. Срок сдачи законченной работы: _____

4. Содержание работы (перечень подлежащих разработке вопросов):

5. Консультант (при наличии): _____

6. Дата выдачи индивидуального задания: _____

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

Полное наименование института/филиала

ОТЗЫВ
о работе обучающегося(-ихся)
в период подготовки выпускной квалификационной работы (ВКР)
на тему

Вид ВКР _____
Направление подготовки/специальность
(с указанием кода): _____
Образовательная программа: _____
Курс _____
Форма обучения _____
Ф.И.О. обучающегося(ихся) _____
Руководитель ВКР _____
Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание

СОДЕРЖАНИЕ ОТЗЫВА¹

ВЫВОДЫ

« ____ » _____ 20 ____ г. _____ / _____ /
подпись руководителя ВКР *расшифровка подписи*

¹ В случае выполнения ВКР несколькими обучающимися руководитель в обязательном порядке отмечает вклад каждого обучающегося в написание работы

АКТ
о внедрении результатов выпускной квалификационной работы

Настоящим подтверждается, что результаты выпускной квалификационной работы на тему:

_____ ,
_____ ,
выполненной

_____ ,
Ф.И.О. обучающегося

обучающимся в ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

по направлению подготовки/специальности _____
образовательная программа _____

внедрены в практическую деятельность

_____ ,
указать структурное подразделение учреждения, государственного органа, организации

и используются

_____ ,
указать конкретный способ практического применения результатов ВКР

« ____ » _____ 20 ____ г.

Должность руководителя
структурного подразделения
государственного органа
(организации, учреждения)

подпись

/
/

расшифровка подписи

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

Полное наименование института/филиала

РЕЦЕНЗИЯ

на выпускную квалификационную работу (ВКР)¹

Тема ВКР: _____

Вид ВКР: _____

Направление подготовки/специальность
(с указанием кода): _____

Образовательная программа: _____

Курс _____

Форма обучения _____

Ф.И.О. обучающегося(-ихся) _____

Рецензент _____

Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание

СОДЕРЖАНИЕ РЕЦЕНЗИИ

ВЫВОДЫ

¹ Обязательна для обучающихся по программам специалитета и магистратуры

Рекомендуемая оценка ВКР: _____

« ____ » _____ 20 ____ г. _____ / _____ /
подпись рецензента *расшифровка подписи*