|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|

|  |  |
| --- | --- |
|  | **автономная некоммерческая образовательная организация****высшего образования Центросоюза Российской Федерации****«Сибирский университет потребительской кооперации»** |

 |

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 Л.В. Ватлина

31.05.2023 г.

**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ**

Направление подготовки
**38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО**

Направленность (профиль): Маркетинг и логистика в торговле

Программа бакалавриата

Квалификация: Бакалавр

Трудоемкость: 9 з.е.

Новосибирск
2023

Программа государственной итоговой аттестации разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 38.03.06 *Торговое дело*, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 года № 963.

**Автор** Стребкова Л.Н., канд. экон. наук, доцент кафедры торгового дела и рекламы

**Рецензент**  Кондратьева О.В., канд. экон. наук, доцент кафедры торгового дела и рекламы

**РЕКОМЕНДОВАНО К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ**на заседании кафедры торгового дела и рекламы, протокол от 31 мая 2023 г. № 9.

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
| 1. | ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ …………………………………………….. | 4 |
| 2. | ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СООТВЕТСТВИИ С ОПОП…………………………………….. | 5 |
| 3. | РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ПРОВЕРЯЕМЫЕ В ХОДЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ ….. | 7 |
| 4. | ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА ……………. | 23 |
| 5. | ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ И ПОРЯДКУ ЕЕ ВЫПОЛНЕНИЯ ……………………… | 32 |
| 6. | ПРИЛОЖЕНИЯ………………………………………………………. | 43 |

1. **ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

Государственная итоговая аттестация проводится в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы (ООП) требованиям соответствующего Федерального государственного образовательного стандарта утвержденного Приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 года № 963.

Государственная итоговая аттестация (ГИА) в соответствии с ООП по направлению подготовки 38.03.06 *Торговое дело,* направленность (профиль): «Маркетинг и логистика в торговле» проводится в форме аттестационных испытаний:

- государственного экзамена;

- защиты выпускной квалификационной работы.

Программа Государственной итоговой аттестации (ГИА) разработана на основании следующих нормативных документов:

* Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
* Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
* Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 года № 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры» (в редакции приказов Министерства образования и науки Российской Федерации от 09 февраля.2016 года № 86, от 28 апреля 2016 года № 502, от 27 марта 2020 года № 490);
* Приказ Минобрнауки России от 23.08.2017 № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;

– Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки *38.03.06 Торговое дело*, утвержденный Приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 года № 963, зарегистрированный в Минюсте РФ 25 августа 2020 года № 59428;

* Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 19 июля 2022 г. № 662 «О внесении изменений в федеральные государственные стандарты высшего образования», зарегистрированный в Минюсте РФ 07 октября 2022 года № 70414;
* Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 27 февраля 2023 г. № 208 «О внесении изменений в федеральные государственные стандарты высшего образования», зарегистрированный в Минюсте РФ 31 марта 2023 года № 72833;

– Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 10 сентября 2015 г. № 625н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист в сфере закупок», зарегистрированный в Минюсте России 07 октября 2015 г. № 39210;

* Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 г. № 366н «Об утверждении профессионального стандарта «Маркетолог», зарегистрированный в Минюсте России 21 июня 2018 г. № 51397;
* Основная профессиональная образовательная программа (ОПОП) по направлению подготовки 38.03.06 *Торговое дело*, направленность (профиль) «Маркетинг и логистика в торговле» от 31 мая 2023г.;
* Локальные акты и положения автономной некоммерческой образовательной организации высшего образования Центросоюза Российской Федерации «Сибирский университет потребительской кооперации».

Государственная итоговая аттестация в полном объеме относится к базовой части образовательной программы.

Общий объем всех государственных аттестационных испытаний, входящих в состав государственной итоговой аттестации, в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 *Торговое дело*, направленность (профиль) «Маркетинг и логистика в торговле» и утвержденным учебным планом, составляет 9 зачетных единиц, в том числе:

* на государственный экзамен (включая подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена) – 3 зачетных единиц;
* на защиту выпускной квалификационной работы (включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты) – 6 зачетных единиц.

В соответствии с утвержденным учебным планом и календарным учебным графиком:

* на подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена отводится 2 недели;
* на подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты выпускной квалификационной работы отводится 4 недели.

К государственным аттестационным испытаниям, входящим в состав ГИА, допускается обучающийся, в полном объеме выполнивший учебный план основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 *Торговое дело*, направленность (профиль) «Маркетинг и логистика в торговле», и не имеющее академической задолженности.

Государственная итоговая аттестация проводится в очной форме в аудиториях университета или с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Обеспечение проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам осуществляют: сектор учебной работы учебно-методического управления, деканат, выпускающая кафедра.

1. **ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**В СООТВЕТСТВИИ С ОПОП**

**2.1. Область профессиональной деятельности** выпускников, освоивших программу бакалавриата, включает:

– 08 Финансы и экономика (в сферах: исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений в сфере обращения, тенденций развития мировой и национальной торговой индустрии (центры экономического анализа, правительственный сектор, общественные организации); торговой деятельности (торговые, торгово-посреднические, снабженческо-сбытовые, логистические и внешнеторговые организации); коммерческой деятельности в реальном секторе экономики (промышленность, сельское хозяйство, сервис и оказание услуг населению).

**2.2 Типы задач и задачи профессиональной деятельности выпускников:**

* аналитический;
* организационно-управленческий.

Выпускники, освоившие программу бакалавриата, готовы решать следующие профессиональные задачи:

* осуществление, контроль и управление закупками;
* разработка и реализация комплекса маркетинга на основе результатов маркетинговых исследований.

**2.3 Объектами профессиональной деятельности** выпускников, освоивших программу бакалавриата, являются:

* товары потребительского и производственно-технического назначения;
* услуги по торговому, логистическому и рекламному обслуживанию покупателей;
* коммерческие, маркетинговые, логистические процессы;
* выявляемые и формируемые потребности;
* логистические цепи и системы.

Таблица 1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Область профессиональной деятельности | Типы задач профессиональной деятельности | Задачи профессиональной деятельности | Объекты профессиональной деятельности |
| 08 Финансы и экономика (в сферах: исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений в сфере обращения, тенденций развития мировой и национальной торговой индустрии (центры экономического анализа, правительственный сектор, общественные организации); торговой деятельности (торговые, торгово-посреднические, снабженческо-сбытовые, логистические и внешнеторговые организации); коммерческой деятельности в реальном секторе экономики (промышленность, сельское хозяйство, сервис и оказание услуг населению) | организационно-управленческий | Осуществление, контроль и управление закупками | * товары потребительского и производственно-технического назначения;
* услуги по торговому, логистическому и рекламному обслуживанию покупателей;
* коммерческие, маркетинговые, логистические процессы;
* выявляемые и формируемые потребности;
* логистические цепи и системы
 |
| аналитический | Разработка и реализация комплекса маркетинга на основе результатов маркетинговых исследований | * товары потребительского и производственно-технического назначения;
* услуги по торговому, логистическому и рекламному обслуживанию покупателей;
* коммерческие, маркетинговые, логистические процессы;
* выявляемые и формируемые потребности;
* логистические цепи и системы
 |

1. **РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ПРОВЕРЯЕМЫЕ В ХОДЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Перечень универсальных компетенций, которыми должен обладать выпускник в результате освоения ОПОП, приведён в таблице 2.Таблица 2Перечень универсальных компетенций установленных программой бакалавриата

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование категории (группы) универсальных компетенций | Код и наименование универсальной компетенции выпускника | Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции (ИДК) | Результаты обучения соотнесенные с ИДК |
| Системное и критическое мышление | УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | УК1.1 Осуществляет мониторинг и поиск информации в области профессиональной деятельностиУК1.2 Работает с достоверными источниками информации УК1.3 Критически анализирует и обобщает информацию для решения поставленных задач, применяя теоретические и эмпирические, количественные и качественные методы, системный подходУК1.4 Оценивая процессы и результаты, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует выводы и точку зренияУК1.5 Готовит справочные и информационно-аналитические материалы, предлагает варианты решения поставленных задач | **Знает:**-основные источники информации в области профессиональной деятельности-основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления материала-методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи, компьютеров-способы и методы оценки, теорию аргументации-теоретические и эмпирические методы-количественные и качественные методы-основные определения системного подхода**Умеет:**-определять достоверные источники для поиска информации в области профессиональной деятельности-находить и анализировать необходимую для решения профессиональных задач информацию с использованием современных технических средств коммуникации и связи, компьютеров-применять теоретические и эмпирические методы-применять количественные и качественные методы -обобщать информацию, формировать суждения и аргументировать выводы-формировать собственное мнение и точку зрения-логично и последовательно излагать профессиональную информацию в табличной, графической, текстовой формах |
| Разработка и реализация проектов | УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | УК2.1 При разработке и реализации проекта руководствуется Законодательством РФ, иными нормативными правовыми актами, методическими документами, регламентирующими профессиональную деятельностьУК2.2 При разработке проекта определяет цель(и), перечень задач и связи между нимиУК2.3 Предлагает оптимальные способы (методы) решения поставленных в проекте задач и ожидаемые результаты; оценивает способы (методы) и результаты на соответствие цели проектаУК2.4 При реализации проекта корректирует способы решения задач, исходя из имеющихся ресурсов и ограниченийУК2.5 Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования | **Знает:**-Законодательство РФ, нормативно-правовые акты и методические документы в области профессиональной деятельности-процесс целеполагания -виды проектов-основные принципы, технологии разработки и реализации проекта**Умеет:**-интерпретировать и применять законодательные нормы в области профессиональной деятельности-ставить цель, формулировать задачи, решение которых способствует достижению цели-определять оптимальные способы (методы) для реализации проекта, ожидаемые результаты.-вносить необходимые изменения в процессе реализации проекта с учетом ресурсов и ограничений-оценивать и представлять результаты проекта |
| Командная работа и лидерство | УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | УК3.1 Признает эффективность командной работы, определяет свою роль, несет ответственность за результатУК3.2 Обменивается информацией, предоставляет результаты работы и согласовывает свою деятельность с заинтересованными сторонамиУК3.3 Строит продуктивное взаимодействие с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами – представителями разных культур, соблюдая этико-культурные нормы и установленные правила УК3.4 С учетом своей роли планирует, распределяет, организует, выполняет, координирует, контролирует и оценивает работуУК3.5 Применяет знания психологии в работе с группой, потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами | **Знает:**- сущность и формы социальных взаимодействий и отношений; природу социальных процессов, возникновения специфических интересов социальных общностей и групп; -социальную структуру личности как субъекта социального действия и социального взаимодействия; статусно-ролевую концепцию личности; -процесс и этапы социализации личности; механизм действия социального контроля;- основные понятия социально- психологических особенностей развития личности; социально- психологических характеристик групп; типичные психологические процессы в социальных группах- социально-психологические закономерности межличностного и межгруппового восприятия и взаимодействия,- основные модели реализации профессионального развития личности в организационных условиях **Умеет:**- способен к социальному взаимодействию- предлагать варианты возможных путей согласования личных и организационных интересов, прогнозировать последствия этого типа решений для обеих сторон;- работать в малой группе (команде), организовывать взаимодействий с членами группы (команды), распределять обязанности, совершенствовать механизмы групповой работы;-применять техники и приемы эффективного общения в профессиональной деятельности-определять и продуктивно реализовывать свою роль в команде-с учетом своей роли планировать, распределять, организовывать, координировать, контролировать и оценивать собственную работу  |
| Коммуникация | УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | УК4.1 Выбирает стиль общения и язык жестов в процессе межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии с учетом цели и условий общенияУК4.2 Ведет деловую документацию в области профессиональной деятельности на русском языке с учетом норм русского языка и современных требований к оформлению документовУК4.3 Выполняет перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский язык в целях расширения профессиональной информацииУК4.4 Публично выступает на русском языке (доклады, презентации, совещания, переговоры), строит свое выступление в соответствии с аудиторией и целью с учетом деловой этики и культурных нормУК4.5 Устно обсуждает результаты своей деятельности и профессиональные вопросы на иностранном языке с учетом деловой этики и культурных норм | **Знает:**-средства и современные нормы русского языка-средства и современные нормы иностранного языка-стили, виды и средства общения на русском языке-стили, виды и средства общения на иностранном языке-понятие коммуникации в деловом взаимодействии, в том числе с представителями различных культур-требования к формату деловой документации и документообороту в области профессиональной деятельности-деловую этику, понятие культурной нормы и культурных ценностей**Умеет:**-интерпретировать информацию в области профессиональной деятельности из русскоязычных источников --интерпретировать информацию в области профессиональной деятельности из иноязычных источников -грамотно составлять и оформлять деловую документацию на русском языке-готовить доклады, презентации, выступления по теме на русском языке в соответствии с аудиторией и целью-строить высказывания о результатах своей деятельности и по профессиональным вопросам на иностранном языке-следовать этико-культурным и языковым нормам в деловой коммуникации, в том числе с представителями различных культур |
| Межкультурное взаимодействие | УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | УК5.1 Признает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия в профессиональной деятельности (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных системУК5.2 Толерантно воспринимает межкультурное разнообразие, исходя из социально-исторического, этического и философского контекстовУК5.3 Предлагает решение конфликтных (проблемных) ситуаций, возникающих на основе межкультурных противоречийУК5.4 Анализирует конфликтные ситуации в целях их профилактики и прогнозирования, опираясь на культурно-психологические особенности оппонентов, историческое и философское знаниеУК5.5Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициямУК-5.6Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных группУК-5.7Проявляет в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знания этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мираУК-5.8 Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера | **Знает:**-понятие культурного разнообразия, его значимость в профессиональном взаимодействии-события, этапы, закономерности и процессы исторического развития общества -факты культуры, конфессиональные особенности для личного понимания и интерпретации профессионального взаимодействия- этические (эстетические) и культурные нормы- понятия философии как основы мыслительной деятельности для рационального познания мира и бытия, интерпретации событий-теорию социально-политических конфликтов (сущность и причины)-теорию личностных конфликтов-закономерности, этапы, события и процессы культурно-исторического развития общества-культурные особенности и традиции различных социальных групп- этапы исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира-фундаментальные ценностные принципы и ориентиры российской цивилизации**Умеет:**-интерпретировать ситуации межкультурного взаимодействия в культурно-историческом контексте-строить суждения и умозаключения на основе философского знания-толерантно относиться к межкультурному разнообразию-соблюдать нормы профессиональной этики- анализировать и способствовать предупреждению и разрешению конфликтных ситуаций-адекватно воспринимать социальные и культурные различия, толерантно, уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям-находить и использовать для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях разных социальных групп-проявлять в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям-сознательно выбирать ценностные ориентиры и гражданскую позицию, формировать аргументированные суждения, решать проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера |
| Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение) | УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | УК6.1 Осуществляет планирование, оценивает сроки выполнения и трудоемкость выполняемых работ УК6.2 Несет индивидуальную ответственность за эффективное и качественное выполнение своей работыУК6.3 Определяет направления личностного развития и профессионального ростаУК6.4 Выстраивает траекторию личностного развития и профессионального роста на основе принципов образования в течение всей жизни; строит профессиональную карьеруУК6.5 Применяет принципы тайм-менеджмента для обеспечения личной эффективности | **Знает:**-основные подходы и направления в области профессиональной ориентации, профессионального самоопределения-способы и методы планирования и оценки работы-понятия личностного развития, концепции саморазвития, личностного роста в психологии-понятия профессиональной карьеры, успеха в профессиональной деятельности- принципы образования в течение всей жизни- процессы и технологии в управлении временем, повышении эффективности его использования **Умеет:**-проводить отбор направлений саморазвития в соответствии с личностными целями-планировать и организовывать свою деятельность-разрабатывать мероприятия и формировать предметно-пространственную среду, обеспечивающую условия саморазвития |
| УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности | УК7.1 Поддерживает должный уровень физической формы путем занятий физической культурой (спортом)УК7.2 Поддерживает должный уровень физической формы, придерживаясь требований санитарии и гигиены, индивидуальной и профессиональной, здорового образа жизни | **Знает:**- теоретические основы физической культуры и здорового образа жизни;- технику безопасности на занятиях физической культурой и спортом в учебное и свободное время;- способы контроля, оценки физического развития и физической подготовленности;- методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.**Умеет:**- использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;-использовать приобретенные знания в области физической культуры и спорта для достижения жизненных и профессиональных целей;- осуществлять подбор необходимых прикладных физических упражнений для адаптации организма к различным условиям труда;- самостоятельно развивать и поддерживать физические качества. |
| Безопасность жизнедеятельности | УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов | УК8.1 Выполняет требования охраны труда, санитарии и гигиены, пожарной безопасности в повседневной жизни и профессиональной деятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития обществаУК8.2 Готов к индивидуальной защите и оказанию первой помощи в чрезвычайных ситуациях и военных конфликтахУК8.3 Выполняет внутренний трудовой порядок | **Знает:**-нормативные документы и требования охраны труда, санитарии и гигиены в области профессиональной деятельности-нормативные документы и требования пожарной безопасности-перечень мероприятий и порядок действий при оказании первой помощи-понятие внутреннего трудового порядка**Умеет:**-контролировать санитарно-гигиенические условия внутренней профессиональной среды-оказывать первую помощь в чрезвычайных ситуациях-выполнять правила, процедуры, критерии и нормативы, направленные на сохранение жизни и здоровья в процессе трудовой деятельности-следовать трудовому распорядку в профессиональной деятельности |
| Инклюзивная компетентность | УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах | УК9.1Учитывает общие специфические закономерности психического развития лиц с ограниченными возможностями здоровья в процессе профессиональной деятельностиУК9.2 Создает психологически безопасную профессиональную среду при работе с различными категориями лиц с ограниченными возможностями здоровья | **Знает:**-общие, специфические (при разных типах нарушений) закономерности и индивидуальные особенности психического и психофизиологического развития,-особенности разных типов нарушений психического и личностного развития**Умеет:**-осуществлять взаимодействие в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья на принципах толерантности и равноправия-в процессе решения профессиональных задач осуществлять индивидуальный подход к лицам с ограниченными возможностями здоровья с учетом особенностей их психофизического развития и индивидуальных возможностей |
| Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность | УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности | УК10.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономикеУК10.2 Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных экономических целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски | **Знает:**- основы экономики и экономической деятельности, методы и инструменты экономического и финансового планирования;- ценностное содержание экономической культуры и ее формирование на уровне государства- основы финансовой грамотности, как экономической категории;- базовую финансовую и экономическую терминологию**Умеет:**- формировать экономическую позицию в обществе;- анализировать возможности прибыльного размещения временно свободных денежных средств частных лиц с целью сбережения и накопления;- применять методы экономического и финансового планирования, используя финансовые инструменты для повышения собственного благополучия |
| Гражданская позиция | УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности | УК11.1 Формирует гражданскую позицию посредством квалификации коррупционного поведения, терроризма и экстремизма и противодействия этим явлениям в профессиональной деятельности | **Знает:**- понятия коррупции, терроризма и экстремизма, причины появления, формы проявления;- права и обязанности человека и правила правомерного поведения; - признаки коррупционного поведения; - основные нормативные правовые акты по противодействию коррупции, терроризму и экстремизму;- способы противодействия коррупционному поведению, терроризму и экстремизму;- способы формирования нетерпимости к коррупционному поведению, терроризму и экстремизму;**Умеет:**- делать оценку событиям и действиям, связанным с коррупционным поведением, терроризмом и экстремизмом;- выстраивать свою жизненную позицию, основанную на гражданских ценностях и социальной справедливости;- противодействовать и пресекать различные проявления коррупции, терроризма и экстремизма в поведении людей;- организовывать и проводить мероприятия по формированию гражданской позиции и предотвращениякоррупции, терроризма и экстремизма в обществе |

Перечень общепрофессиональных компетенций, которыми должен обладать выпускник в результате освоения ОПОП, приведён в таблице 3.Таблица 3Перечень общепрофессиональных компетенций установленных программой бакалавриата

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и наименование общепрофессиональной компетенции выпускника | Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции (ИДК) | Результаты обучения соотнесенные с ИДК |
| ОПК-1. Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах | ОПК-1.1. Применяет знания экономической и управленческой теории при решении профессиональных задачОПК-1.2. Решает практические задачи в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах | **Знает:*** Предмет, метод, функции и инструменты экономической теории; роль и функции государства в рыночной экономике, способы измерения результатов экономической деятельности, макроэкономические показатели состояния экономики
* Теоретические основы экономики организации
* Способы сбора, хранения, обработки и оценки информации, необходимой для организации и управления логистической деятельностью
* Составные элементы маркетинговой деятельности, методы анализа маркетинговой среды, показатели оценки конкурентоспособности
* Процесс организации производственных (торговых) процессов и труда
* Методы работы с технической документацией, необходимой для логистической деятельности
* Технологии выбора целевого рынка, средства распределения и продвижения товаров (услуг), особенности маркетинговых коммуникаций
* Составляющие торгово-технологического процесса, свойства и показатели товарного ассортимента, методы анализа, оценки и управления ассортиментом товаров и товарными запасами
* Специфику работы с поставщиками, потребителями, особенности формирования ассортимента в торговых сетях

**Умеет:*** Применять знания экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом действия экономических закономерностей на микро- и макроуровнях
* Применять понятийно-категориальный аппарат при решении профессиональных задач
* Осуществлять логистическое управление закупочной и сбытовой деятельностью предприятия
* Анализировать маркетинговую среду, проводить маркетинговые исследования, разрабатывать маркетинговые стратегии
* Проводить аналитические расчеты для эффективного функционирования коммерческого предприятия
* Работать с технической документацией и использовать полученные сведения для принятия оптимальных решений в логистической деятельности
* Проводить изучение конкурентной среды и потребительских предпочтений, сегментировать и выделять целевую аудиторию потребителей, разрабатывать план маркетинга
* Анализировать составляющие торгово-технологического процесса; оценивать и формировать ассортимент товаров и управлять им
* Осуществлять управление коммерческой деятельностью в торговых сетях с учетом специфики ее составляющих
 |
| ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности | ОПК-2.1. Применяет различные методы сбора, обработки и анализа данныхОПК-2.2. Принимает оперативные и тактические решения в сфере профессиональной деятельности | **Знает:*** Современные эконометрические методы обработки и анализа экономических и социальных показателей
* Характеристику элементов метода бухгалтерского учёта; показатели об имущественном состоянии и финансовых результатах деятельности хозяйствующего субъекта
* Виды договоров, используемых в торговле; способы заключения договоров; правила ведения деловых переговоров; основные условия договора купли-продажи; способы контроля за их выполнением, особенности оптовых закупок и продажи товаров
* Особенности организации закупочной работы, формирования ассортимента, заключения договоров, продажи товаров в торговых сетях

**Умеет:*** Применять статистический инструментарий, основные методы математического анализа и моделирования для анализа количественных данных, содержательно интерпретировать полученные результаты
* Регистрировать, подготавливать и представлять финансовую информацию, бухгалтерскую отчетность
* Выбирать поставщиков и покупателей, вести с ними деловые переговоры, заключать договоры, контролировать их выполнение, анализировать эффективность коммерческой работы предприятий (организаций)
* Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками по закупке товаров, управлять ассортиментом, применять современные методы продажи
 |
| ОПК-3. Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов | ОПК-3.1. Анализирует торгово-экономические процессыОПК-3.2. Обосновывает приоритетные направления развития торговли | **Знает:*** Коммерческие и технологические процессы в коммерческой деятельности; составляющие материально-технической базы, показатели эффективности коммерческой деятельности
* Элементы коммерческой работы в торговых предприятиях, составляющие торгово-технологического процесса, свойства и показатели товарного ассортимента, методы анализа, оценки и управления ассортиментом товаров и товарными запасами; экономические показатели эффективности, методы анализа и оценки обслуживания покупателей
* Показатели коммерческой деятельности в торговых сетях
* Сущность и содержание, объектов и субъектов коммерческой деятельности; сфер применения; виды коммерческого риска
* Особенности развития торговли; составляющие уровня качества торгового обслуживания; особенности планирования; форматы магазинов
* Тенденции и особенности развития мирового и отечественного ритейла

**Умеет:*** Анализировать основные процессы в коммерческой деятельности, эффективность материально-технической базы
* Анализировать составляющие торгово-технологического процесса; оценивать ассортимент товаров и управлять им; анализировать эффективность коммерческой работы предприятий (организаций)
* Анализировать эффективность коммерческой деятельности в торговых сетях по различным экономическим показателям
* Анализировать и использовать информацию для осуществления коммерческой деятельности, распознавать и оценивать риски
* Выбирать оптимальные формы и методы продажи товаров и средства продвижения товаров на рынок; определять перечень конкурентоспособных услуг; оценивать эффективность коммерческой работы
* Обосновывать направления развития торговых сетей
 |
| ОПК-4. Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности | ОПК-4.1. Осуществляет экономический и финансовый анализОПК-4.2. Принимает обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности | **Знает:*** Основные экономические показатели деятельности организации и методы их анализа
* Основные понятия, приемы и методы экономического анализа
* Методы анализа внутренней и внешней среды предприятия
* Методы определения потребности в необходимых ресурсах для реализации бизнес-проекта
* Сущность, особенности и принципы бизнес-планирования
* Порядок разработки и структуру бизнес-плана
* Методы разработки стратегии при составлении бизнес-плана
* Способы организации и планирования материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи товаров
* Основные концепции и стратегии маркетинга, функции маркетинга в сферах товарной политики, ценообразования, коммуникаций, сбыта, организацию маркетинга на предприятии

**Умеет:*** Рассчитывать показатели хозяйственной деятельности организации; анализировать финансовые результаты деятельности организации; оценивать потенциал развития организации
* Применять методы анализа и выявлять тенденции изменения экономических показателей с целью принятия управленческих решений
* Осуществлять бизнес-анализ
* Производить многовариантные плановые расчеты
* Осуществлять разработку основных разделов бизнес-плана
* Оценивать, анализировать и разрабатывать стратегии при бизнес-планировании
* Осуществлять управление логистическими процессами на предприятии
* Принимать решения по комплексу разработки товаров (услуг), ценообразованию, распределению и продвижению
 |
| ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач | ОПК-5.1. Знает современные информационные технологии и программные средстваОПК-5.2. Использует интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении профессиональных задач | **Знает:*** Информационно-коммуникационные технологии, программные средства, методы информационной безопасности
* Интеллектуальные информационно-аналитические системы, применяемые для исследования, прогнозирования, моделирования в маркетинге и логистике

**Умеет:*** Использовать современные информационные технологии и программные средства для оптимизации коммерческой деятельности
* Использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы в принятии управленческих решений
 |
| ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности | ОПК-6.1. Делает обоснованный выбор современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельностиОПК-6.2. Применяет современные информационные технологии при решении задач профессиональной деятельности | **Знает:*** Современные информационные технологии и программные средства
* Методы решения стандартных задач профессиональной деятельности с применением информационных технологий
* Принципы построения, функционирования и использования прикладных программных средств
* Требования к оформлению документов, содержащих текстовую, табличную и графическую информацию

**Умеет:*** Выбирать информационные технологии для решения стандартных задач профессиональной деятельности
* Выбирать современные способы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационных технологий
* Применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства
* Оформлять документацию, отчеты в текстовом, табличном и графическом видах
 |

 |  |

Перечень профессиональных компетенций, которыми должен обладать выпускник в результате освоения ОПОП, приведён в таблице 4.

Таблица 4

Перечень профессиональных компетенций, соотнесенных с
характеристиками профессиональной деятельности

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Задача ПД | Объект или область знания | Код и наименованиепрофессиональнойкомпетенции | Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции (ИДК) | Результаты обучения соотнесенные с ИДК | Основание |
| Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий |
| Осуществление, контроль и управление закупками | ­ товары потребительского и производственно-технического назначения;­ услуги по торговому, логистическому и рекламному обслуживанию покупателей;­ коммерческие, маркетинговые, логистические процессы;­ выявляемые и формируемые потребности;­ логистические цепи и системы | ПК-1 Способен составлять планы и обосновывать закупки | ПК-1.1. Анализирует состояние конкурентной среды на соответствующих рынках товаров,работ, услуг с учетом изменений в налоговой, ценовой и таможенной политике государстваПК-1.2. Разрабатывает план закупок и осуществляет подготовку изменений для внесения в план закупок | **Знает:*** Особенности закупочной деятельности на международном рынке
* Методы стратегического анализа; конкурентные позиции и преимущества организации в сфере бизнеса; характеристику стратегий развития бизнеса организаций на товарных рынках
* Знает основные принципы и методы маркетингового анализа и аудита на международном рынке
* Формы и методы международной торговли, способы ее регулирования
* Отличия традиционной системы закупки и продажи товаров от управления ассортиментом по товарным категориям
* Процесс управления закупками

**Умеет:*** Разрабатывать стратегии управления закупками и поставками с учетом состояния конкурентной среды
* Применять на практике методы стратегического анализа; оценивать стратегии организации; осуществлять выбор стратегии организации
* Умеет выявлять потенциальные возможности и угрозы внешней среды организации, слабые и сильные стороны бизнеса на международном рынке; формировать эффективные маркетинговые программы при реализации конкурентных преимуществ организации на международном рынке
* Регулировать международные коммерческие операции
* Организовывать процесс управления товарной категорией от планирования закупок до контроля продаж
* Определять размер заказа и уровень товарного запаса
 | 08.026 Специалист в сфере закупок |
| ПК-2 Способен осуществлять процедуры закупок | ПК-2.1. Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя) и согласовывает требования к закупаемым заказчиком отдельнымвидам товаров, работ, услугПК-2.2. Осуществляет организацию и контроль разработки проектов контрактов на основе нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность в сфере закупок | **Знает:*** Основные направления организации закупочной деятельности
* Технологию выполнения транспортных операций; правовые аспекты организации перевозок торговых грузов

**Умеет:*** Организовать коммерческую работу по удовлетворению потребности организации в товарах
* Планировать и организовывать транспортные процессы торговой организации на основе нормативно-правового обеспечения перевозки грузов
 | 08.026 Специалист в сфере закупок |
| Тип задач профессиональной деятельности: аналитический |
| Разработка и реализация комплекса маркетинга на основе результатов маркетинговых исследований | ­ товары потребительского и производственно-технического назначения;­ услуги по торговому, логистическому и рекламному обслуживанию покупателей;­ коммерческие, маркетинговые, логистические процессы;­ выявляемые и формируемые потребности;­ логистические цепи и системы | ПК-3 Способен осуществлять подготовку и проводить маркетинговое исследование | ПК-3.1. Планирует и организует проведение маркетингового исследования с целью изучения рынка товаров и услуг, анализа спроса и потребления, деятельности конкурентовПК-3.2. Осуществляет обработку полученных данных и выполняет подготовку отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований | **Знает:*** Концепцию организации и проведения маркетинговых исследований, количественные и качественные методы маркетинговых исследований
* Содержание профессиональной деятельности в области поведения потребителей товаров и услуг, видов научных исследований, этапов их проведения
* Методы количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений в рамках интернет-маркетинга
* Методы сбора информации для организации международной профессиональной деятельности, методику проведения маркетинговых исследований
* Порядок заключения международных контрактов и их исполнения
* Методы анализа данных, методы исследования и прогнозирования, структуру отчета о маркетинговом исследовании
* Этапы процесса принятия потребительского решения о покупке
* Инструменты интернет-продвижения
* Оптимальные инструменты маркетингового анализа на международном рынке
* Направления регулирования международных коммерческих операций

**Умеет:*** Планировать и организовывать маркетинговые исследования
* Применять современные технологии сбора, обработки и анализа информации
* Выбирать методы маркетинговых исследований поведения потребителей товаров и услуг, внутренних и внешних факторов, влияющих на поведение потребителей
* Применять современные методы сбора и анализа информации в электронной среде
* Осуществлять сбор необходимой информации для организации и управления профессиональной деятельностью, проводить международные маркетинговые исследования
* Осуществлять поиск зарубежных контрагентов и устанавливать с ними контакт для заключения контракта
* Анализировать информацию, полученную в результате проведения маркетинговых исследований, делать выводы и рекомендации
* Осуществлять рекомендации на основе маркетинговых решений по влиянию по потребительское поведение на каждом этапе принятия решений о покупке
* Осуществлять поиск статистической и аналитической информации в интернете, анализировать ее и использовать для разработки программ интернет-продвижения
* Осуществлять процедуры сортировки, анализа и распределения необходимой, своевременной и достоверной маркетинговой информации по результатам исследований на международном рынке
* Регулировать и контролировать международные коммерческие операции
 | 08.035 Маркетолог  |
| ПК-4 Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики | ПК-4.1. Формирует предложения по повышению качества и улучшению потребительских свойств товаров и услуг, определяет перспективы освоения новой продукции | **Знает:*** Особенности разработки товарной политики в различных сферах деятельности
* Процесс управления товарными категориями, его основные этапы и их характеристику
* Товарно-ассортиментные стратегии
* Основы и принципы планирования и управления брендом, марочным портфелем компании, бренд-коммуникациями
* Способы создания нового товара в рамках существующего рынка;
* основные подходы и методы формирования инновационных идей; эмпирические сведения об особенностях потребительского поведения в отношении новых товаров
* Особенности экспертных процедур и технологий, применяемых при оценке качества продовольственных товаров
* Особенности экспертных процедур и технологий, применяемых при оценке качества непродовольственных товаров

**Умеет:*** Планировать товарную политику предприятий разных отраслей
* Использовать средства и методы категорийного менеджмента на разных этапах процесса управления товарными категориями; оценивать эффективность деятельности по управлению товарными категориями
* Принимать стратегические решения по формированию ассортимента
* Планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия по формированию и продвижению бренда
* Разрабатывать и управлять процессами генерирования и вывода новых продуктов на рынок
* Проводить исследования в области анализа состояния и динамики показателей качества продовольственных товаров
* Проводить исследования в области анализа состояния и динамики показателей качества непродовольственных товаров
 | 08.035 Маркетолог  |
| ПК-4.2. Разрабатывает ценовую политику предприятия в зависимости от ситуации на рынке, действий конкурентов, с целью получения прибыли | **Знает:*** Особенности разработки ценовой политики в различных сферах деятельности
* Современные модели и методы расчета экономических показателей, связанных с формированием цен в рыночных условиях
* Характеристики ценовых стратегий; алгоритм выбора ценовой стратегии
* Экономические основы поведения потребителей и
* организаций в отношении инноваций

**Умеет:*** Планировать ценовую политику предприятий разных отраслей
* Собирать и анализировать данные, необходимые для расчета экономических показателей с целью решения задач по установлению и обоснованию цен в рыночной экономике
* Осуществлять выбор ценовой стратегии торгового предприятия
* Осуществлять оценку эффективности и степени риска инновационных проектов
 |
| ПК-5 Способен формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж | ПК-5.1. Разрабатывает комплексную систему распределения (дистрибуции) и формирует рекомендации по выбору рынка сбыта в соответствии с имеющимися ресурсамиПК-5.2. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании и осуществлении продаж товаров (услуг) с учетом факторов, влияющих на сбыт  | **Знает:*** Особенности разработки системы распределения в различных сферах деятельности
* Основные направления организации сбытовой логистики
* Технико-экономическая характеристика различных видов транспорта; принципиальные различия в тарифах на перевозку грузов, осуществляемую различными видами транспорта
* Каналы дистрибуции в торговле; типы посредников
* Характеристика субъектов оптовой и розничной торговли; основы коммерческих коммуникаций в процессе купли-продажи
* Составляющие электронной коммерции; характеристику системы электронных платежей; электронный документооборот
* Методы распространения и продвижения инноваций
* Инструменты, показатели эффективности мерчензайзинга
* Содержание интегрированных маркетинговых коммуникаций в местах продажи

**Умеет:*** Планировать сбытовую политику предприятий разных отраслей
* Разрабатывать систему распределения товаров
* Анализировать технико-экономические показатели работы транспорта; осуществлять организацию процессов доставки грузов наиболее эффективным способом транспортировки
* Осуществлять выбор стратегии в области организации распределения продукции
* Применять различные технологии продаж в зависимости от формы торговли
* Применять технологии управления продажами в интернете
* Принимать маркетинговые решения, связанные с процессами вывода,
* распространения и продвижения новых продуктов на рынок
* Эффективно организовывать пространство торгового зала и размещение товара; обосновать рациональную планировку торгового зала магазина с учетом его формата, ассортимента реализуемых товаров и применяемых методов обслуживания
* Применять различные маркетинговые коммуникации для успешной реализации товаров в местах продажи
 | 08.035 Маркетолог |
| ПК-6 Способен формировать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации | ПК-6.1. Разрабатывает концепцию продвижения товаров (услуг) в соответствии с коммуникационными целями и маркетинговой стратегией предприятияПК-6.2. Выбирает маркетинговые технологии и инструменты для донесения допотребителя необходимой информации, разрабатывает маркетинговые коммуникации для продвижения товаров (услуг) | **Знает:*** Особенности разработки системы продвижения в различных сферах деятельности
* Профессиональные функции рекламы и связей с общественностью
* Факторы, влияющие на выбор стратегии продвижения; стратегические варианты системы продвижения
* Внешние и внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей
* Инструменты интернет-продвижения в поисковых системах
* Сущность имиджа, его функции, структуру и роль в коммуникационной деятельности
* Особенности основных элементов процесса персональной продажи
* Основы управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью в коммерческих организациях
* Основные виды маркетинговых коммуникаций в интернете с различными потребительскими аудиториями
* Комплекс маркетинговых коммуникаций; особенности коммуникационных компонентов; факторы, влияющие на выбор коммуникаций
* Сущность продвижения инновационной продукции, его структуру и значение; теоретические и практические методы организации и проведения мероприятий, направленных на продвижение инноваций; технологию применения инновационных маркетинговых коммуникаций
* Функции и принципы Event-маркетинга; преимущества и ограничения мероприятий как одного из ключевых инструментов успешной коммуникационной стратегии; классификацию мероприятий; методологию управления Event-маркетингом
* Мерчендазинговый подход к планировке магазина; атмосфера магазина как фактор эффективной торговли; эффективное представление продвигаемых товаров в розничном торговом предприятии
* Теоретические основы проведения мероприятий по продвижению товаров и услуг в местах продажи

**Умеет:*** Планировать коммуникационную политику предприятий разных отраслей
* Выполнять функции в области рекламы и связей с общественностью в рамках концепции продвижения товаров (услуг)
* Осуществлять выбор коммуникационной стратегии торгового предприятия
* Использовать различные факторы для изменения покупательского поведения
* Разрабатывать программу продвижения организации, ее товаров и услуг в интернете
* Осуществлять планирование коммуникационной активности организации в целях управления корпоративным имиджем
* Планировать коммуникационное взаимодействие субъектов процесса персональной продажи
* Осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
* Разрабатывать план продвижения товаров (услуг) в интернете для различных целевых аудиторий
* Осуществлять планирование и контроль коммуникационной деятельности организации
* Использовать методы маркетинговых коммуникаций для продвижения инноваций; оценивать эффективность использования инновационных маркетинговых коммуникаций
* Осуществлять разработку и проведение мероприятий как одного из ключевых инструментов успешной коммуникационной стратегии; осуществлять оценку эффективности мероприятий
* Планировать специальные акции в магазинах; создавать в торговом зале эффективную систему стимулирования импульсных покупок; проводить анализ организации внутреннего пространства магазина с точки зрения мерчендайзинга
* Осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль проведения мероприятий по продвижению товаров и услуг в местах продажи
 | 08.035 Маркетолог |

**4. ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА**

Государственный экзамен проводится по дисциплинам образовательной программы, которые формируют компетенции, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников: «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности», «Маркетинговые исследования», «Закупочная логистика», «Распределительная логистика», «Транспортная логистика», «Стратегический маркетинг», «Технологии маркетинговых коммуникаций».

**4.1. Экзаменационные материалы Государственного экзамена**

Экзаменационные материалы отражают содержание проверяемых теоретических знаний и практических умений, формируемых компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 *Торговое дело*, рабочими программами дисциплин, выносимых на государственный экзамен, охватывают их наиболее актуальные разделы и темы.

**4.1.1. Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен**

Примерный перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен для проверки степени сформированности компетенций.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Дисциплина | Вопросы к ГЭ | Формируемые компетенции | Код индикатора |
| 1 | *Маркетинг в отраслях и сферах деятельности* | 1. Комплекс маркетинга
2. Маркетинг на рынке средств производства
3. Маркетинг в агробизнесе
4. Маркетинг в сфере услуг
5. Банковский маркетинг
6. Туристский маркетинг
7. Маркетинг в торговле
 | ПК-4ПК-5ПК-6 | ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-5.1; ПК-6.1 |
| 2 | *Маркетинговые исследования* | 1. Особенности маркетинговых исследований: объект, предмет, направления, этапы, принципы, методология
2. Методы маркетинговых исследований: количественные и качественные
3. Измерения и разработка шкал в маркетинговых исследованиях
4. Разработка анкет и форм для записи результатов наблюдения в процессе маркетинговых исследований
5. Методы формирования выборки в маркетинговых исследованиях
6. Сбор и анализ данных в процессе маркетинговых исследований
 | ПК-3 | ПК-3.1; ПК-3.2 |
| 3 | *Закупочная логистика* | 1. Организация службы закупок, процесс управления закупками и поставками
2. Информационные системы и технологии, используемые при управлении закупками и поставками
3. Управление качеством товаров в процессе закупок и поставок
4. Управление товарными запасами в процессе закупок и поставок
5. Поставщики товаров: основные факторы и критерии выбора
6. Стратегии управления закупками и поставками
 | ПК-1ПК-2 | ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-2.2 |
| 4 | *Распределительная логистика* | 1. Организация сбытовой деятельности
2. Планирование сбытовой деятельности
3. Организация сбытовой деятельности на предприятии
4. Оперативное регулирование сбытовой деятельности
5. Оптовая и розничная торговля в сбытовой деятельности
6. Сбытовая деятельность и маркетинг
 | ПК-5 | ПК-5.1 |
| 5 | *Транспортная логистика* | 1. Грузовые перевозки. Выбор деловых партнеров в сфере грузоперевозок.
2. Организация и технология перевозки грузов железнодорожным транспортом
3. Перевозки грузов автомобильным транспортом
4. Организация перевозки грузов внутренним водным транспортом
5. Организация и технология перевозки грузов морским транспортом
6. Перевозки грузов воздушным транспортом
 | ПК-2ПК-5 | ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-5.1 |
| 6 | *Стратегический маркетинг* | 1. Стратегический анализ: необходимость и методические подходы проведения анализа
2. Конкуренция: виды и методы. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества товара, предприятия. Конкурентные стратегии
3. Сущность стратегического маркетинга. Тактический маркетинг
4. Стратегии: понятия и элементы. Виды стратегий
5. Маркетинговые стратегии
6. Формирование маркетинговой стратегии и разработка плана маркетинга
 | ПК-1ПК-4ПК-5ПК-6 | ПК-1.1; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-5.1; ПК-6.1 |
| 7 | *Технологии маркетинговых коммуникаций* | 1. Комплекс маркетинговых коммуникаций
2. Планирование акции паблик рилейшнз
3. Система планирования и контроль рекламной деятельности
4. Прямой маркетинг
5. Личные продажи
6. Стимулирование сбыта
7. Планирование маркетинговых коммуникаций и оценка их эффективности
 | ПК-6 | ПК-6.2 |

**4.1.2. Перечень профессиональных задач, на основе которых разработаны практико-ориентированные ситуационные задания билета:**

* решение оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах;
* сбор, обработка и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности;
* анализ торгово-экономических процессов;
* предложение экономически и финансово обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности;
* использование современных информационных технологий и программных средств при решении профессиональных задач;
* составление планов и обоснование закупок;
* осуществление процедуры закупок;
* осуществление подготовки и проведение маркетингового исследования;
* формирование предложений по совершенствованию товарной и ценовой политики;
* формирование предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж;
* формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.

Ситуационное задание представляет собой практико-ориентированный кейс и основано на широком использовании межпредметных связей.

*Пример ситуационного задания:*

Магазин продает бытовую технику. Предложите формы и методы продажи холодильников и охарактеризуйте их. Обоснуйте свой выбор. Сформируйте перечень услуг, которые можно оказывать покупателям при продаже данных товаров. Поясните влияние уровня оказания этих услуг на конкурентоспособность торговой организации.

## **Структура экзаменационного билета со схемой ответа**

## Задания государственного экзамена направлены на выявление теоретической подготовки для решения профессиональных задач и включают вопросы по дисциплинам, включенным в программу ГИА.

## Билеты для государственного экзамена разрабатываются кафедрой торгового дела и рекламы, рассматриваются на заседании кафедры, одобряются Советом торгово-технологического факультета и утверждаются проректором по учебной работе.

Билеты составлены таким образом, что позволяют выявить профессиональную подготовленность выпускников по широкому кругу вопросов.

## В каждом экзаменационном билете дается два вопроса и одно ситуационное задание.

## Структура экзаменационного билета со схемой ответа.

## Например:

1. Методы продажи товаров в розничной торговле, их характеристика.
2. Переменные сегментирования, характерные для потребительского рынка.
3. Ситуационная задача.

Оптово-розничный магазин, являющийся торговой организацией, специализируется на продаже мелким оптовикам и конечным потребителям широкого и глубокого ассортимента посуды. Определите оптимальный тип (формат). Какие, на ваш взгляд, товарные группы должны быть представлены в данном магазине? Дайте определение понятия «качество торгового обслуживания». Назовите составляющие качества торгового обслуживания. Поясните влияние качества торгового обслуживания на уровень конкурентоспособности торговой организации (предприятия).

 В ответе на первый вопрос необходимо отразить:

* что понимается под методом продажи;
* перечислить методы розничной продажи товаров;
* дать характеристику каждому методу продажи и привести примеры.

Раскрывая особенности розничной продажи товаров, необходимо пояснить какие факторы оказывают влияние на выбор метода продажи товаров.

В ответе на второй вопрос необходимо отразить:

* что понимается под потребительским рынком;
* определить критерии сегментирования;
* пояснить как может быть осуществлено сегментирование потребительского рынка.

В ответе на третий вопрос необходимо решить конкретную ситуацию, ответив на вопросы.

## **Рекомендации обучающимся по подготовке к**

## **государственному экзамену**

Рекомендации по подготовке к государственному экзамену представлены в Положении о проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в СибУПК (утв. протоколом Ученого совета от 29 августа 2022 г. №1).

При подготовке к государственному экзамену обучающийся не менее чем за шесть месяцев знакомится с перечнем вопросов, вынесенных на государственный экзамен и списком рекомендуемой литературы.

Государственный экзамен (ГЭ) проводится после завершения освоения выпускником ООП в полном объёме в сроки ГИА, которые определяются учебным планом в соответствии с утвержденным календарным учебным графиком университета на учебный год. Графики сдачи ГЭ разрабатываются торгово-технологическим деканатом, согласовываются с УМУ и утверждаются проректором по учебной работе не позднее чем за месяц до начала ГИА. Сразу после утверждения специалисты деканата информируют обучающихся о графике сдачи ГЭ. Оценка соответствия уровня подготовки выпускника требованиям ФГОС осуществляется ГЭК по направлению 38.03.06 Торговое дело.

Государственный экзамен по направлению 38.03.06 Торговое дело проводится в форме государственного экзамена по комплексу дисциплин, обеспечивающих теоретическую основу профессиональной подготовки с целью определения соответствия знаний выпускника требованиям ФГОС ВО по направлению.

Экзаменационные задания государственного экзамена (билеты) составляются на основе экзаменационных заданий текущей аттестации по дисциплинам, вошедшим в программу государственного экзамена. Экзаменационные задания подготавливаются ведущими преподавателями кафедры торгового дела и рекламы и позволяют проводить анализ уровня сформированности профессиональных компетенций обучающихся. Задания обновляются ежегодно, обсуждаются на кафедре торгового дела и рекламы, рассматриваются на заседании совета торгово-технологического факультета и утверждаются проректором по учебной работе университета.

Индивидуальное экзаменационное задание включает два теоретических вопроса и ситуацию, содержащую практические проблемы в сфере маркетинга и логистики. Проанализировав ситуацию, экзаменуемый должен ответить на представленные в ней вопросы. Общий уровень сложности ситуации, предлагаемой для обсуждения, одинаковый по всем вариантам билетов.

Форма проведения государственного экзамена предусматривает устный ответ на вопросы экзаменационного билета. Для подготовки обучающемуся отводится не менее 1 академического часа, за это время он должен сформулировать ответ по каждому вопросу билета и предложить возможное разрешение ситуационной задачи. Во время подготовки рекомендуется, составить развернутый план, которому и необходимо следовать во время сдачи экзамена.

Обучающийся вправе выбирать любую точку зрения по дискуссионной проблеме, но с условием достаточной аргументации своей позиции.

Индивидуальные экзаменационные задания составлены с учетом содержания дисциплин, выносимых на государственный экзамен и перечня профессиональных задач, которые должен уметь решать выпускник университета, получающий квалификацию бакалавра.

Государственная итоговая аттестация проводится государственной экзаменационной комиссией. Результаты государственного аттестационного испытания, проводимого в устной форме, объявляются в день его проведения. Решение комиссии принимаются простым большинством голосов состава комиссий, участвующих в заседании. При равном числе голосов председатель обладает правом решающего голоса. Результаты государственного экзамена определяется оценками "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно". Оценки "отлично", "хорошо", "удовлетворительно" означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания.

Обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры проведения государственного аттестационного испытания и (или) несогласии с результатами государственного экзамена.

Проведение ГИА с применением дистанционных образовательных технологий (ДОТ) допускается в случаях объективной невозможности обучающегося лично присутствовать, в том числе в случае введения органами государственной власти особого режима ограничительных мер. Обучающийся должен сообщить в заявлении на имя ректора о необходимости прохождения ГИА с применением ДОТ. При введении органами государственной власти ограничительных мер решение о применении ДОТ принимает Университет.

ГИА с применением ДОТ проводится в режиме видеоконференции. Государственный экзамен также проводится в устной форме с обязательной идентификацией личности обучающегося путем предъявления паспорта. Ссылки на подключение в режиме видеоконференции секретарь ГИА рассылает до проведения государственного экзамена. Обучающиеся должны обеспечить наличие микрофона и веб-камеры. В день государственного экзамена обучающийся подключается к системе видеоконференции. Секретарь проводит идентификацию личности обучающегося, проверяет отсутствие посторонних и предметы на столе у обучающегося. Обучающиеся называют номер билета государственного экзамена, и секретарь высылает его через чат.

На подготовку отводится не более 1 академического часа. По истечении времени на подготовку обучающихся вызываются по списку. Обучающийся отвечает на вопросы билета и на дополнительные вопросы государственной комиссии.

Решение об оценках обучающихся ГЭК принимает решение на закрытом совещании. Председатель ГЭК объявляет результаты посредством видеоконференцсвязи.

## **4.4.Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену**

### **4.4.1 Основная литература**

1. Коммерческая логистика : учебное пособие / под общ. ред. Н.А. Нагапетьянца. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 259 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1064902. - ISBN 978-5-16-015875-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1064902
2. Логистика: практикум для бакалавров : учебное пособие / С. В. Карпова, А. А. Арский, В. В. Борщ [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 139 с. - ISBN 978-5-9558-0545-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1036533
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник для бакалавров / под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 433 с. - ISBN 978-5-394-03753-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1091105
4. Носов, А. Л. Логистика : учебное пособие / А. Л. Носов. — Москва : Магистр : Инфра-М, 2021. — 184 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-9776-0315-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1181040
5. Нуралиев, С. У. Маркетинг : учебник для бакалавров / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. — 2-е изд., стер. — Москва : Издатель-ско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 360 с. - ISBN 978-5-394-03577-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1093217
6. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация«Дашков и К°», 2019. - 294 с. - ISBN 978-5-394-03074-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1093671
7. Синяева, И. М. Маркетинг в предпринимательской деятельности : учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. проф. Л. П. Дашкова. — 6-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 266 с. - ISBN 978-5-394-03160-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1093517
8. Скляр, Е. Н. Маркетинговые исследования : практикум / Е. Н. Скляр, Г. И. Авдеенко, В. А. Алексунин. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 214 с. - ISBN 978-5-394-03602-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1091794
9. Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Меш-ков, Б.В. Мусатов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 337 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003647-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1078335
10. Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг : учебник / Т.А. Тультаев. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 208 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-005021-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1070534
11. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 342 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2903-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/425844
12. Цахаев, Р. К. Маркетинг : учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртуза-лиева. — 5-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая кор-порация «Дашков и К°», 2020. - 548 с. - ISBN 978-5-394-03478-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1093486

**4.4.2 Дополнительная литература**

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 352 с. - ISBN 978-5-394-02474-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1091183 (дата обращения: 13.04.2021)
2. Григорян, Е. С. Маркетинг в общественном питании : учебник / Е.С. Григорян, Г.Т. Пиканина, Е.А. Соколова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 352 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1025220. - ISBN 978-5-16-015320-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1025220
3. Дыбская, В. В. Логистика складирования : учебник / В.В. Дыбская. — Москва : Инфра-М, 2021. — 559 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). - DOI 10.12737/636. - ISBN 978-5-16-003716-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1210077
4. Зайцев, А. Г. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / А.Г.Зайцев, Е.В.Такмакова - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 88 с.: - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01444-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/925815
5. Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / под общ.ред.О.Н.Романенковой. - М. : Юрайт, 2017. - 289с. : ил. - (Бакалавр. Академический курс). - Библиогр.:с.265-267;в подстроч.примеч. - ISBN 978-5-534-03138-6.
6. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. — 2-е изд., доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 368 с. - ISBN 978-5-9558-0233-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1058467
7. Кислицына, В. В. Маркетинг : учебник / В. В. Кислицына. — Москва : ФОРМ : ИНФРА-М, 2020. — 464 с. : ил. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0490-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1079856
8. Корпоративная логистика в вопросах и ответах : монография / под общ. и науч. ред. проф. В.И. Сергеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — ХХХ, 634 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — DOI 10.12737/2373. - ISBN 978-5-16-004556-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1226494
9. Логистика : учебник / под ред. Б.А. Аникина. - 4-e изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 320 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-009814-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1032772
10. Логистика: модели и методы : учебное пособие / П.В. Попов, И.Ю. Мирецкий, Р.Б. Ивуть, В.Е. Хартовский ; под общ. и науч. ред. П.В. Попова, И.Ю. Мирецкого. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 272 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/textbook\_592e6539e0acf4.61200634. - ISBN 978-5-16-012704-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1216927 (дата обращения: 15.04.2021).
11. Маркетинг (ситуационные задачи и тесты) : практикум / М. Б. Щепакин, В. М. Михайлова, Д. Г. Куренова, Е. В. Кривошеева. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. — 512 с. - ISBN 978-5-9776-0524-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1083170
12. Моосмюллер, Г. Маркетинговые исследования с SPSS : учебное пособие / Г. Моосмюллер, Н.Н. Ребик. — 2-е изд. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 200 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-004240-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1231019
13. Морозов, Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / Морозов Ю.В., Гришина В.Т., - 9-е изд. - Москва :Дашков и К, 2018. - 448 с.: ISBN 978-5-394-02263-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/415400
14. Муртузалиева, Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма : учебно-практическое пособие для бакалавров / Т. В. Муртузалиева, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 166 с. - ISBN 978-5-394-02710-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1091138
15. Николаева, Т. П. Банковский маркетинг: российский и зарубежный опыт : учебное пособие / Т. П. Николаева. - 2-е изд., стер. - Москва : Флинта, 2021. - 187 с. - ISBN 978-5-9765-2792-8. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1289695
16. Романова, М. В. Логистика : практикум / М. В. Романова, Е. П. Романов. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 144 с. - ISBN 978-5-9765-2265-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1150857
17. Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик : учебное пособие. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 288 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1450. - ISBN 978-5-16-005383-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1226832
18. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 237 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-011323-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1081623
19. Страховой маркетинг : учебник для бакалавров / под общ. ред. В. В. Синяева. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 380 с. - ISBN 978-5-9558-0537-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1091379
20. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования: Учебник / Б.Е. Токарев. - 2-e изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2019. - 512 с. - ISBN 978-5-9776-0175-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/990414

**4.4.3 Нормативные документы**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 №51-83 (ред. от 12.05.2020).
2. ФЗ «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 г. №2300-I (в редакции Федерального закона от 31.07.2020 г.).
3. ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28 декабря 2009 г., ФЗ-№ 381 (в редакции Федерального закона от 30.12.2020 г.).

## **4.5. Проведение консультирования обучающихся по вопросам, включенным в программу государственного экзамена (предэкзаменационная консультация)**

Перед государственным экзаменом проводятся обзорные лекции и консультирование обучающихся по вопросам, включенным в программу государственного экзамена.

Для успешной сдачи государственного экзамена обучающийся должен посетить предэкзаменационную консультацию, которая проводится по вопросам, включенным в программу государственного экзамена. На консультациях у бакалавров есть возможность задать вопросы преподавателю по тем разделам и темам, которые недостаточно или противоречиво освещены в учебной, научной литературе или вызывают затруднение в восприятии.

# **ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕИ ПОРЯДКУ ЕЕ ВЫПОЛНЕНИЯ**

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

**5.1. Требования к структуре и содержанию выпускной квалификационной работы, порядку ее выполнения**

Требования к структуре и содержанию выпускной квалификационной работы, порядку ее выполнения представлены в Положении о проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, специалитета, и магистратуры в Сибирском университете потребительской кооперации (СибУПК) (утв. протоколом Ученого совета от 29 августа 2022г. №1), Положении о порядке использования системы «Антиплагиат» в Сибирском университете потребительской кооперации (СибУПК), Положении о выпускной квалификационной работе: общие требования, порядок выполнения и критерии ее оценки (высшее образование) в Сибирском университете потребительской кооперации (СибУПК) (утв. протоколом Ученого совета от 28 октября 2020 г. №3) и в соответствующих Методических указаниях.

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

Выпускная квалификационная работа в общем случае включает (в указанной последовательности) следующие обязательные структурные элементы:

- титульный лист,

- задание на выпускную квалификационную работу,

- оглавление,

- введение,

- основную часть (три главы),

- заключение,

- список источников,

- приложения.

**Титульный лист** Форма титульного листа представлена в приложении 1 (основная и оборотная сторона).

ВКР выполняется на основе **задания на ВКР**, содержащего требуемые для решения поставленных задач исходные данные, обеспечивающие возможность реализации накопленных знаний в соответствии с уровнем профессиональной подготовки каждого обучающегося.

Задание на ВКРсоставляется руководителем, тема для ВКР в задании должна соответствовать ее формулировке в приказе по университету.

Задание на ВКР оформляется на отдельном листе. Образец оформления «Задания на ВКР» приведен в приложении 2 (основная и оборотная сторона).

В **оглавлении** приводятся названия глав, разделов, подразделов и пунктов в полном соответствии с их названиями, приведенными по тексту работы, указываются страницы, на которых эти названия размещены (образец оформления «Оглавления» приведен в приложении 3).

**Введение** содержит в сжатой форме все фундаментальные положения, обоснованию которых посвящена работа: актуальность выбранной темы исследования, степень её разработанности, цель и содержание поставленных задач, объект и предмет исследования, объект наблюдения, избранные методы исследования; его теоретическая, нормативная и информационно-эмпирическая основа; теоретическая значимость и прикладная ценность; структуру работы.

Обоснование актуальности выбранной темы исследования – оценка с точки зрения своевременности и социально-экономической значимости рассматриваемой проблематики. Актуальность темы определяется потребностью общества в получении каких-либо новых знаний в этой области с указанием: кому, для каких целей эти знания нужны, каков объем, качество этих знаний и т.д.

Степень проработанности проблемы содержит указание на фамилии наиболее известных отечественных и зарубежных ученых, занимавшихся проработкой данной проблемы.

Далее необходимо указать какие непроработанные вопросы остались и соответственно этому сформулировать цель исследования, указать на конкретные задачи, которые предстоит решать в соответствии с этой целью.

Соответственно цели и задачам формулируются объект и предмет исследования. Указывается объект наблюдения, на базе которого будут проводиться исследования.

После этого необходимо показать методологическую, теоретическую, нормативную и информационную основу работы, её новизну, сформулировать положения, выносимые на защиту, а также теоретическую и практическую значимость исследования.

В заключительной части введения необходимо кратко изложить структуру работы.

**Основная часть.** Требования к конкретному содержанию основной части выпускной квалификационной работы устанавливаются научным руководителем.

Основная часть должна содержать, как правило, три главы.

Содержание «Основной части» должно точно соответствовать теме ра-боты и полностью ее раскрывать. В каждой ВКР должны быть выделены две части – теоретическая и практическая. Теоретическая часть работы характеризует уровень теоретической подготовки студента за весь период его обучения.

Практическая часть состоит из двух глав (вторая и третья) и носит аналитический, практико-ориентированный, предпочтительно проектный характер.

**Глава 1. Теоретические основы изучаемой проблемы.**

В теоретической части, на основе обзора литературы отечественных и зарубежных авторов, нормативно-правовых, научно-методических и статистических материалов рассматривается сущность исследуемой проблемы, анализируются различные подходы к ее решению, излагается собственная позиция автора.

Содержание теоретической части выпускной квалификационной работы должно базироваться на строгом понятийном аппарате, поэтому при изложении материала необходимо давать определения (формулировки) основных понятий, используемых в работе. В тексте, наряду со ссылками на изученные литературные источники, должна быть отражена и обоснована точка зрения автора выпускной квалификационной работы по изученной проблеме. Теоретическая часть выпускной квалификационной работы содержится в первой главе. В конце главы делаются выводы о степени разработанности проблемы исследования, ее актуальности, об основных направлениях ее изучения. Выводы по первой главе должны содержать обоснование проблемных вопросов практического исследования по объекту наблюдения.

**Глава 2. Анализ объекта и предмета исследования на базе объекта наблюдения.**

Во второй главе обучающийся изучает проблемы на примере конкретных регионов, хозяйствующих субъектов, описывает результаты анализа, используя различные его методы. Количественный и качественный анализ решаемых задач является обязательным для выпускной квалификационной работы. Глубина анализа и его качество определяются, во-первых, полнотой и достоверностью привлекаемой информации о проблеме, во-вторых, корректностью и адекватностью избранных методов. При выполнении практической части работы недопустимо ограничиваться констатацией фактов, необходимо аргументировать выводы, вскрыть недостатки и причины их обусловившие, чтобы в дальнейшем определить возможные варианты изменения ситуации; разработать рекомендации (предложения, организационные решения) по их реализации.

**Глава 3. Разработка предложений, рекомендаций и мероприятий по решению изучаемой проблемы.**

В третьей главе выпускной квалификационной работы следует предложить конкретные меры по совершенствованию деятельности экономических субъектов, по развитию рынка, разработать проект для достижения цели работы. Если выпускник предлагает в своей работе несколько вариантов решения выявленной проблемы, он должен проанализировать каждый из них, выбрать оптимальный, и не только прогнозировать положительные результаты использованию, но и выявить риски внедрения мероприятий.

Требуется также показать возможность использования данных конкретных мероприятий на других объектах отрасли или региона.

В целом практическая часть исследования должна демонстрировать способности обучающегося решать практические задачи с использованием теоретических знаний, нормативных правовых актов, а также эмпирических и иных методов исследования и разработки конструктивных предложений.

Каждая глава состоит из параграфов. В конце каждого параграфа и каждой главы необходимо подвести итог, то есть сделать выводы, которые обычно начинаются оборотом: «таким образом,…» или словом «итак,…» и т.д. При формулировке выводов следует соблюдать ряд правил. Во-первых, вывод должен обобщать полученные в данном параграфе (главе) конечные, а не промежуточные результаты; во-вторых, в выводах нецелесообразно приводить положения, которые не важны для изложения последующего материала и не вытекают из цели работы; в-третьих, вывод нельзя подменять декларацией о результатах проделанной работы («рассмотрено», «проанализировано», «изучено» и т. д.); в-четвертых, выводы должны быть краткими.

**Заключение** имеет форму синтеза полученных в работе результатов. Этот синтез – последовательное, логически стройное изложение выводов и их соотношение с целью работы и конкретными задачами, сформулированными во введении. Содержательно заключение должно корреспондироваться с составом задач работы, поэтому в нем должны найти освещение наиболее существенные результаты исследования. В заключении отражаются основные итоги проделанной работы, излагаются краткие выводы по теме исследования, характеризуется степень ее раскрытия, определяется, достигнуты ли цель и задачи, формулируются предложения по использованию полученных результатов.

Выводы и оценка полученных результатов могут быть сгруппированы по следующим направлениям:

* констатация исходного состояния проблемы по теме и условий решения поставленных задач;
* степень соответствия выполненной работы заданию, а рекомендуемые решения - современным тенденциям развития общества, экономики и принципам используемой концепции;
* полнота и оригинальность проработки основной темы выпускной квалификационной работы (подход, методы решения, массив данных, достоверность расчетов);
* практическая (прикладная) ценность работы.

В заключение могут приводиться сведения об апробации основных результатов работы (отзывы, статьи), их практическом внедрении (справка о внедрении), рекомендации по использованию и условиям их применения, целесообразность и направления дальнейшей разработки темы.

**Список источников** является важной составной частью ВКР и должен соответствовать теме. В список включаются источники, на которые в работе имеются ссылки и те, которые были изучены дополнительно. Каждый источник, упомянутый в списке, должен быть описан в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.05-2008.

**Приложения** – это вспомогательная часть выпускной квалификационной работы - материалы иллюстративного и вспомогательного характера, которые при включении в основную часть либо загромождают текст, либо затрудняют понимание работы. В них могут входить годовая статистическая отчётность, плановая и аналитическая информация, устав, положения о структурных подразделениях и органах управления организации, решения муниципальных органов, материалы наблюдений, иной материал.

По форме они могут представлять собой текст, таблицы, рисунки, графики, карты и т.д.

В тексте ВКР на все приложения должны обязательно быть последовательные ссылки.

В **отзыве** руководителя оцениваются теоретические знания и практические навыки обучающегося, проявленные им в процессе написания работы по исследуемой проблеме; указывается степень самостоятельности при выполнении работы, личный вклад в обоснование выводов и предложений, соблюдение графика выполнения работы. Заканчивается отзыв выводом о возможности (невозможности) допуска выпускной квалификационной работы к защите.

**5.2 Рекомендации обучающимся по подготовке к защите выпускной квалификационной работы**

Рекомендации обучающимся по подготовке к защите выпускной квалификационной работы представлены в Положении о проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, специалитета, и магистратуры в Сибирском университете потребительской кооперации (СибУПК) (утв. протоколом Ученого совета от 29 августа 2022 г. №1); Положении о порядке использования системы «Антиплагиат» в Сибирском университете потребительской кооперации (СибУПК); Положении о выпускной квалификационной работе: общие требования, порядок выполнения и критерии ее оценки (высшее образование) в Сибирском университете потребительской кооперации (СибУПК) (утв. протоколом Ученого совета от 28 октября 2020 г. №3), Положении о проведении государственной итоговой аттестации с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в Сибирском университете потребительской кооперации (СибУПК)(утв. протоколом Ученого совета от 29 августа 2022г. №1).

Процесс выполнения и защиты выпускной квалификационной работы включает следующие этапы:

* выбор и утверждение темы;
* оформление заявления на ВКР;
* согласование темы с руководителем ВКР;
* подготовка плана и определение структуры ВКР;
* подбор литературных источников, их изучение, систематизация и обобщение;
* постановка задачи, составление примерного развернутого плана ее решения;
* разработка алгоритма решения и выбор средств его реализации;
* написание текста по разделам, его литературная обработка, оформление;
* представление ВКР на проверку руководителю (доработка при наличии замечаний);
* проверка в системе «Антиплагиат»;
* получение отзыва руководителя (прил.3);
* сдача на кафедру для экспертизы и устранения замечаний;
* утверждение ВКР заведующим выпускающей кафедрой;
* обсуждение с руководителем результатов и предложений, выносимых на защиту;
* подготовка доклада и информационных материалов (презентации) на защиту;
* предоставление ВКР секретарю ГЭК;
* защита выпускной квалификационной работы перед государственной экзаменационной комиссией (ГЭК).

Тему выпускной квалификационной работы обучающийся выбирает самостоятельно в зависимости от индивидуальных особенностей, личного интереса, участия в научных исследованиях кафедры, в соответствии с темой выполненной курсовой работы и др.

При этом обучающийся руководствуется перечнем тем выпускных квалификационных работ, утвержденных советом торгово-технологического факультета, который приведен в п.5.3 данной программы. Обучающийся также может предложить кафедре на утверждение свою тему, которая по тем или иным причинам больше соответствует его склонностям, интересам и возможностям, а также кругу проблем и вопросов коммерческой деятельности.

ВКР должна отражать одну концепцию или одну определенную точку зрения, в ней должны быть приведены веские и убедительные аргументы в пользу избранной концепции всесторонне проанализированы и подвергнуты доказательной критике противоречащие ей точки зрения.

Выпускная квалификационная работа, выполняется на материалах той организации, предприятия или фирмы, где обучающийся проходит преддипломную практику.

Выбор темы оформляется ***заявлением*** по установленной форме (*приложение 4*), на имя заведующего кафедрой торгового дела и рекламы с указанием объекта исследования, названия темы. В соответствии с заявлением кафедра назначает руководителя из числа профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников или высококвалифицированных специалистов крупных организаций, предприятий или фирм, подтверждающих согласие на руководство в заявлении обучающегося.

При желании обучающийся может просить о назначении консультанта по конкретным вопросам и разделам выпускной квалификационной работы.

Выбранная тема и руководитель окончательно утверждаются приказом ректора университета. В исключительных случаях (не позднее одного месяца до начала итоговой аттестации) при необходимости изменения или уточнения темы или объекта исследования декан торгово-технологического факультета на основании представления кафедры торгового дела и рекламы возбуждает ходатайство о внесении соответствующих изменений в приказ ректора.

Завершенная ВКР представляется на кафедру для проведения экспертизы в системе «Антиплагиат». При успешном прохождении проверки научный руководитель составляет отзыв на ВКР. После предоставления ВКР с отзывом на кафедру проводится экспертиза на соответствие требованиям стандарта. Кафедра решает вопрос о допуске ВКР к защите. Недопуск ВКР к защите не является препятствием для участия выпускника в государственной итоговой аттестации. ВКР и документация к ней должны быть подготовлены не позднее, чем за пять рабочих дней до защиты, не позднее чем за два дня до защиты ВКР передается на хранение на кафедру и может быть доступной членам ГЭК для ознакомления.

**Обязанности руководителя выпускной квалификационной работы**

Руководитель ВКР обязан:

* составить и выдать обучающемуся задание на ВКР;
* оказать обучающемуся помощь в разработке развернутого плана работы, календарного графика ее выполнения, в подборе литературы, справочных материалов и других источников информации по теме выпускной работы;
* проводить систематические, предусмотренные графиком, беседы с обучающимся, давать консультации, в том числе письменные, контролировать выполнение работы путем периодического просмотра ее по частям и в целом;
* контролировать ход выполнения работы и нести ответственность за ее выполнение до защиты;
* составить отзыв о выполненной ВКР.

Подготовка обучающегося к защите ВКР включает:

- составление тезисов или конспекта доклада (длительностью 10–12 минут). Рекомендуется следующая структура доклада:

1) вступительная часть (2-3 мин). В этой части доклада указывается цель работы, ее актуальность, практическая значимость. Кратко характеризуются научные достижения, состояние проблемы в рассматриваемой области знаний. Формулируются цели и задачи исследований; объекты исследований;

2) изложение основного содержания работы и анализ экспериментальной части (8-10 мин). В докладе последовательно с демонстрацией иллюстративного материала (таблицы, графики, образцы и т. д.) излагаются результаты эксперимента. В качестве одного из вариантов построения доклада может быть рекомендовано построение доклада в последовательности, совпадающей с последовательностью выводов. В докладе должны быть обсуждены обнаруженные в работе закономерности и отклонения от ожидаемых результатов, а также дана характеристика точности и достоверности полученных данных.

3) заключительная часть представляет собой краткое изложение выводов и рекомендаций.

- изготовление и оформление наглядных материалов (схем, таблиц, графиков, диаграмм, альбомов и др.) для иллюстрации основных положений доклада. Раздаточный материал готовится для каждого члена ГЭК. Кроме того, наглядный материал может быть подготовлен в форме презентации в программе PowerPoint.

Необходимо четко придерживаться основных сроков выполнения ВКР:

* ознакомление с перечнем тем, не позднее чем за 6 месяцев даты начала ГИА;
* утверждение темы, закрепление руководителя производиться до ухода обучающегося на преддипломную практику, но не позднее чем за 3 месяца до начала ГИА;
* проверка в системе «Антиплагиат» производится за 1 месяц, но не позднее 2 недель до защиты;
* получение отзыва руководителя после проверки в системе «Антиплагиат»;
* проверка на соответствие структуры и оформления (ВКР, отзыв) при необходимости); ознакомление обучающегося с отзывом не позднее чем за 5 календарных дней до дня защиты.

Не позднее чем за два дня до защиты ВКР направляется в государственную экзаменационную комиссию.

Порядок защиты ВКР определен Положением о проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования. Обучающиеся, не прошедшие защиту ВКР или получившие на защите ВКР неудовлетворительные результаты, вправе пройти государственную итоговую аттестацию в сроки, определяемые Положением о проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования.

Защита выпускной квалификационной работы проводится на открытом заседании государственной экзаменационной комиссии. При защите докладываются основные результаты выпускной квалификационной работы.

Регламент выступления – 10–12 мин.

После ответов на вопросы оглашаются отзыв научного руководителя.

По окончании защиты государственная экзаменационная комиссия на закрытом заседании оценивает уровень защиты выпускной квалификационной работы по четырёхбалльной системе. Оценка дается с учетом качества выполнения работы, содержания доклада, ответов на вопросы, а также отзыва руководителя. Решение государственной экзаменационной комиссии объявляется на ее открытом заседании.

 Процедура оценивания результатов освоения образовательной программы включает в себя оценку уровня сформированности компетенций обучающегося при подготовке и защите выпускной квалификационной работы.

При защите выпускной квалификационной работы оценивается:

- оценка результатов освоения основной образовательной программы по итогам выполнения заданий на выпускную квалификационную работу для выявления уровня сформированности компетенций;

- содержание и оформление выпускной квалификационной работы (умение систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных научных и практических задач в профессиональной сфере);

- результаты проверки работы в системе «Антиплагиат» на объем заимствований;

- качество представления и публичной защиты результатов исследования;

- отзыв руководителя о работе обучающегося в период подготовки.

При подготовке и защите ВКР с применением ДОТ, руководитель ВКР осуществляет консультирование обучающихся и контроль выполнения ВКР посредством электронной почты с соблюдением утвержденного графика.

Проверка ВКР осуществляется в электронной форме.

Защита выпускных квалификационных работ с применением ДОТ осуществляется в устной форме в режиме видеоконференции на платформе Мираполис, по присылаемой секретарем ГЭК ссылки на подключение.

Защита выпускных квалификационных работ осуществляется после обязательной идентификацией личности обучающегося путем предъявления паспорта и постоянным контролем со стороны ГЭК за соблюдением процедуры и порядка проведения защиты ВКР. После процедуры идентификации личности председатель ГЭК предлагает обучающемуся продемонстрировать презентацию ВКР и озвучить доклад/продемонстрировать презентацию. После доклада члены ГЭК задают вопросы обучающемуся, на которые он отвечает в режиме реального времени при условии непрерывной видеоконференции.

Решение об оценках обучающихся, ГЭК принимает на закрытом совещании. Председатель ГЭК объявляет результаты посредством видеоконференцсвязи.

### **Перечень тем выпускных квалификационных работ**

Перечень тем выпускных квалификационных работ направлен на определение сформированности компетенций в соответствии с ФГОС.

*Перечень тем выпускных квалификационных работ:*

1. Закупочная и сбытовая логистика коммерческого предприятия.
2. Изучение покупательского поведения и особенностей спроса на продукцию предприятия.
3. Интерактивные каналы интернет-маркетинга предприятия.
4. Исследование коммерческих рисков организаций (предприятий) и разработка мер по их снижению.
5. Исследование рынков закупок и сбыта товаров в оптовой торговле и разработка направлений его совершенствования.
6. Качество обслуживания покупателей в розничной торговле и его совершенствование.
7. Коммерческая деятельность оптовой (розничной) торговой организации (предприятия) и основные направления ее совершенствования.
8. Коммерческая деятельность транспортно-экспедиционных организаций и пути ее развития.
9. Конкурентоспособность продукции и пути ее повышения (на материалах производственного предприятия).
10. Маркетинг взаимоотношений и управление взаимоотношениями с потребителями.
11. Маркетинг и логистика как инструменты повышения конкурентоспособности системы сбыта.
12. Маркетинг категории «бизнес – бизнес» (В2В).
13. Маркетинговые исследования поведения потребителей продукции фирмы.
14. Маркетинговые исследования процесса принятия решения о покупке.
15. Маркетинговые риски в торговом предпринимательстве и пути их снижения.
16. Мерчендайзинг в коммуникационной политике.
17. Оптимизация организации и технологии оптовых продаж (на материалах оптовой, оптово-розничной торговой организации, предприятия).
18. Оптимизация процесса товароснабжения магазинов в розничных торговых (корпоративных) сетях
19. Организация вертикальных маркетинговых сетей реализации продукции.
20. Организация закупочной логистики и пути ее рационализации.
21. Организация и пути совершенствования оптовых закупок товаров (на материалах оптовых или розничных торговых организаций, предприятий).
22. Организация и развитие электронной торговли в России (на материалах организации, предприятия).
23. Организация и технология торговли на оптовых (розничных) рынках и направления ее совершенствования
24. Организация логистического сервиса в торговой организации.
25. Организация транспортного обеспечения в коммерческой деятельности торговой организации (предприятия).
26. Организация транспортной логистики и пути ее оптимизации.
27. Особенности организации и функционирования розничных торговых (корпоративных) сетей.
28. Оценка и повышение эффективности рекламы.
29. Оценка конкурентоспособности торговой организации (предприятия), организации (предприятия).
30. Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия торговли (оптовой, розничной).
31. Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия.
32. Планирование и разработка нового продукта на предприятии.
33. Повышение эффективности распределительной логистики производственного предприятия.
34. Пути совершенствования организации и управления маркетинговой деятельностью предприятия.
35. Развитие франчайзинга как формы поддержки малого предпринимательства в торговле.
36. Разработка бизнес-проекта создания (развития) организации (предприятия).
37. Разработка и продвижение торговой марки на российском рынке.
38. Разработка инновационного проекта оптовой (розничной) торговой организации (предприятия).
39. Разработка комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций предприятия.
40. Разработка комплекса маркетинга для предприятия.
41. Разработка маркетинговой информационной системы предприятия.
42. Разработка маркетинговой программы развития предприятия.
43. Разработка программы работы с клиентами компании.
44. Разработка программы развития торговой организации.
45. Разработка программы стимулирования сбыта.
46. Разработка проекта интернет-магазина.
47. Разработка РR-кампании.
48. Разработка рекламной кампании.
49. Разработка стратегии позиционирования предприятия на рынке.
50. Реализация маркетинговой политики в индустрии сервиса.
51. Рекламная деятельность организации (предприятия) и ее влияние на результаты коммерческой работы.
52. Сервис как элемент товарной политики предприятия.
53. Совершенствование закупочно-сбытовой деятельности предприятия.
54. Состояние и перспективы развития рынка конкретного товара.
55. Состояние и пути совершенствования коммуникационной политики предприятия.
56. Состояние и пути совершенствования сбытовой политики предприятия.
57. Стратегии распределения и управления каналами сбыта.
58. Стратегические решения в товарной политике.
59. Упаковка как элемент товарной политики предприятия.
60. Управление брендом.
61. Управление маркетингом торговой фирмы.
62. Управление производственными запасами промышленного предприятия.
63. Управление товарным ассортиментом организации и его совершенствование.
64. Управление товарными запасами в торговой организации.
65. Фирменная торговля как инструмент маркетинга.
66. Формирование и поддержание положительного имиджа организации торговли (оптовой, розничной).
67. Формирование конкурентной стратегии предприятия.
68. Формирование стратегии развития коммерческой деятельности организации.
69. Формирование товарной политики предприятия.
70. Формирование ценовой политики предприятия.
71. Ценовые методы привлечения и удержания клиентов.
72. Ярмарки как метод продвижения товаров на рынок.

**ПРИЛОЖЕНИЯ**

Приложение 1

(пример оформления титульного листа)

|  |  |
| --- | --- |
|  | **автономная некоммерческая образовательная организация****высшего образования Центросоюза Российской Федерации****«Сибирский университет потребительской кооперации»** |

**Кафедра торгового дела и рекламы**

Работа допускается к защите

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.В. Плотникова

 *(подпись)*

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г.

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

на тему: «ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОЗНИЧНОГО ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (на материалах магазина «Под каблуком» ООО «Эксперт» г. Новосибирска)»

Обучающегося очной формы обучения

торгово-технологического факультета

НОВИКОВОЙ Ксении Михайловны

Шифр ТДБ-ОП-01-14-003

Направления подготовки

38.03.06*Торговое дело*

направленность (профиль) образовательной программы: *Маркетинг и логистика в
 торговле*

Руководитель: канд. экон. наук, доцент,

доцент кафедры торгового дела и рекламы

КОНДРАТЬЕВА Ольга Васильевна

Новосибирск 20\_\_

Окончание прил. 1

Дата защиты \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Оценка после защиты \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Протокол заседания ГЭК № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Секретарь ГЭК \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 *(подпись) (Фамилия И.О.)*

Текст выпускной квалификационной работы

на \_\_\_\_\_\_\_\_ страницах

Приложение на \_\_\_\_\_\_ листах

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(подпись обучающегося) (дата)*

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(подпись руководителя) (дата)*

Приложение 2

*Форма задания на выпускную квалификационную работу*

|  |  |
| --- | --- |
|  | **автономная некоммерческая образовательная организация****высшего образования Центросоюза Российской Федерации****«Сибирский университет потребительской кооперации»** |

Кафедра \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 *(подпись) (Фамилия И.О.)*

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_г.

**ЗАДАНИЕ**

на выпускную квалификационную работу обучающегося \_\_\_\_\_\_ курса

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ формы обучения

*(очной, очно-заочной, заочной)*

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ факультета

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(Фамилия Имя Отчество)*

шифр (группа)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Направление подготовки: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(код, наименование направления (специальности))*

Направленность (профиль) образовательной программы: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Тема выпускной квалификационной работы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

утверждена приказом ректора от «\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_г., № \_\_\_\_\_\_

1. Срок сдачи обучающимся выполненной работы на кафедру для защиты \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. Перечень подлежащих разработке вопросов и общее направление работы

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ *(указать узловые вопросы плана и конечную цель работы)*

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Окончание прил. 2

*Форма оборотной стороны задания
на выпускную квалификационную работу*

1. Контрольный график выполнения ВКР:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование структурного элемента ВКР(глава / раздел) | Срок исполнения |
|  |  |  |
|  |  |  |

1. Рекомендуемый объём ВКР \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. Рекомендуемые места прохождения преддипломной практики и сбора
фактического материала\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Консультанты по смежным вопросам ВКР

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 *(указать Фамилию И.О., должность, и по каким вопросам)*

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Срок предоставления ВКР для проверки в системе «Антиплагиат. ВУЗ» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. Дата выдачи задания \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Руководитель ВКР \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ *\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*

 *(подпись) (Фамилия И.О.)*

Задание принял к исполнению \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 *(подпись обучающегося) (Фамилия И.О.)*

Приложение 3

ОГЛАВЛЕНИЕ

[ВВЕДЕНИЕ 6](#_Toc517211737)

[ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА И ОЦЕНКИ](#_Toc517211738) [КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ 9](#_Toc517211739)

[1.1. Конкурентоспособность торгового предприятия как экономическая](#_Toc517211740) [категория: сущность, уровни, факторы влияния 9](#_Toc517211741)

[1.2 Основные подходы и методики оценки конкурентоспособности](#_Toc517211742) [торгового предприятия 13](#_Toc517211743)

[1.3. Конкурентный статус торгового предприятия: определение и оценка 23](#_Toc517211744)

[ГЛАВА 2. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ](#_Toc517211745)

[МАГАЗИНА «ПОД КАБЛУКОМ» ООО «ЭКСПЕРТ» 27](#_Toc517211746)

[2.1. Организационно-экономическая характеристика магазина 27](#_Toc517211747)

[2.2. Анализ конкурентной и внутренней среды магазина 31](#_Toc517211750)

[2.3. Характеристика товарного ассортимента 40](#_Toc517211751)

[2.4. Оценка конкурентоспособности магазина 52](#_Toc517211755)

[ГЛАВА 3. НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАГАЗИНА «ПОД КАБЛУКОМ» ООО «ЭКСПЕРТ» 59](#_Toc517211756)

[3.1. Разработка рекламной кампании 59](#_Toc517211757)

[3.2. Экономическое обоснование проведения рекламной компании 70](#_Toc517211764)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 80](#_Toc517211765)

[СПИСОК ИСТОЧНИКОВ](#_Toc517211766)

# ПРИЛОЖЕНИЯ……………………………………………………………… …..87

Приложение 4

Форма заявления на утверждение темы

 выпускной квалификационной работы

|  |
| --- |
| Не возражаюЗаведующий кафедрой\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_И.О.Фамилия |

Заведующему кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(ученая степень, ученое звание, ФИО)

обучающегося\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(группа, курс, шифр)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(Фамилия Имя Отчество)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу утвердить тему выпускной квалификационной работы: «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_на материалах (\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_».

(форма собственности предприятия, название, город)

Назначить руководителем работы\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(ученая степень, ученое звание, должность, Фамилия И.О.)

 С Положением о проверке ВКР на объем заимствований ознакомлен. На размещение текста ВКР в электронной библиотечной системе университета в режиме ограниченного доступа согласен.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись руководителя) (подпись обучающегося)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(дата) (дата)

Контактные телефоны: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Приложение 5

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  | **автономная некоммерческая образовательная организация****высшего образования Центросоюза Российской Федерации****«Сибирский университет потребительской кооперации»** |

ОТЗЫВ

руководителя о работе в период подготовки выпускной квалификационной работы обучающегося \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_формы обучения

 (очной, очно-заочной, заочной)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_факультета

 (наименование факультета)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(Фамилия Имя Отчество)

Направление подготовки \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

 (код, наименование направления /специальности)

направленность (профиль) образовательной программы:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Тема работы: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

на материалах: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

СОДЕРЖАНИЕ

Текст Отзыва (около 1-1,5 страниц)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Руководитель выпускной квалификационной работы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (ученая степень, ученое звание, должность)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (Фамилия Имя Отчество)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (подпись)

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.