АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «БЕЛГОРОДСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»

ЛИПЕЦКИЙ ИНСТИТУТ КООПЕРАЦИИ (ФИЛИАЛ)

УТВЕРЖДАЮ:
Ректор университета,
профессор
_____ Е.В. Исаенко
«30» августа 2023г.

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Уровень образовательной программы БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки **38.03.02 Менеджмент**

Направленность (профиль) **Цифровой маркетинг**

Форма обучения - **Очная, очно-заочная**

(новая редакция)

Липецк – 2023

I. Общие положения

1.1. Цель и задачи государственной итоговой аттестации

Программа государственной итоговой аттестации разработана в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями), Приказом Минобрнауки России от 12 августа 2020 №970 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)», Приказом Минобрнауки России от 6 апреля 2021 г. № 245 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»; Приказом Минобрнауки России 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», , иными нормативными правовыми актами Российской Федерации в сфере образования, Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденным Ученым советом БУКЭП; Положением по организации выполнения и защиты выпускной квалификационной работы обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, и программам магистратуры, утвержденным Ученым советом, Уставом Автономной некоммерческой организации высшего образования «Белгородского университета кооперации, экономики и права», иными локальными нормативными актами университета.

Государственная итоговая аттестация представляет собой форму оценки степени и уровня освоения студентами основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Государственная итоговая аттестация проводится государственными экзаменационными комиссиями в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися основных образовательных программ соответствующим требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее – ФГОС ВО).

Задачами государственной итоговой аттестации являются:

– оценка качества освоения образовательной программы;

– оценка уровня подготовки обучающегося к решению профессиональных задач;

– решение вопроса о присвоении выпускникам квалификации по результатам государственной итоговой аттестации и выдаче выпускнику

документа об образовании и о квалификации, установленного Министерством образования и науки Российской Федерации образца.

1.2. Структура государственной итоговой аттестации

Конкретные формы проведения государственной итоговой аттестации закрепляются в учебном плане по соответствующей образовательной программе в соответствии с требованиями, установленными ФГОС ВО. Государственная итоговая аттестация обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Цифровой маркетинг», проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы).

В защиту выпускной квалификационной работы входит подготовка к процедуре защиты и процедура защиты. Сроки и продолжительность защиты выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы) определяются учебными планами университета по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Цифровой маркетинг» для обучающихся очной, заочной и очно-заочной форм обучения.

1.3. Требования к результатам освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Цифровой маркетинг» определяется формируемыми у выпускников компетенциями в соответствии с типами задач профессиональной деятельности.

В результате освоения образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Цифровой маркетинг» у выпускника должны быть сформированы следующие универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции:

Код и наименование компетенции выпускника	Индикаторы достижения компетенции Характеристика обязательного (порогового) уровня формирования компетенций выпускника
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. определяет задачу, выделяя ее базовые составляющие; ИУК-1.2. находит необходимую информацию, проводит ее критический анализ и обобщает результаты анализа для решения поставленных задач; ИУК-1.3. рассматривает возможные варианты решения поставленных задач в рамках системного подхода.
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	ИУК-2.1. определяет круг задач в рамках поставленной цели проекта; ИУК-2.2. предлагает способы решения поставленных задач исходя из действующих правовых норм; ИУК-2.3. проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения исходя из имеющихся ресурсов и ограничений.

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1 Понимает необходимость социального взаимодействия в процессе командообразования, создания эффективной команды для достижения поставленной цели; ИУК-3.2 Определяет свою роль и роль других членов команды, применяет различные подходы к их реализации; ИУК-3.3 Организует работу с персоналом команды, регулируя конфликты в команде и выстраивая продуктивное социальное взаимодействие на основе коммуникации.
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Демонстрирует умение осуществлять деловое устное и письменное взаимодействие на государственном языке Российской Федерации в соответствии с требованиями культуры речи и с нормами делового общения; ИУК-4.2. Выбирает коммуникативный стиль для создания и восприятия высказываний на иностранном(ых) языке(ах) и осуществляет деловое общение в устной и письменной формах в соответствии с нормами изучаемого(ых) иностранного(ых)(языка(ов) и культурой речи.
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.1. Анализирует основные этапы и закономерности исторического развития, оценивает в социально-историческом контексте факты и явления культуры. ИУК-5.2. Конструктивно осуществляет межкультурное взаимодействие в обществе с учетом этических норм ИУК-5.3. Понимает основные категории философии, владеет навыками анализа философских фактов, оценки явлений культуры в философском контексте ИУК-5.4. Ориентируется в исторических событиях отечественной истории, понимает особенности историко-культурного развития России в контексте мировой истории, владеет навыками анализа исторических и культурных фактов и событий. ИУК-5.5. Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям. ИУК-5.6. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп. ИУК-5.7. Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира. ИУК-5.8. Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера ИУК-5.9. Воспринимает и разделяет зрелое чувство гражданственности и патриотизма, чувствует свою принадлежность к российской цивилизации и российскому обществу, воспринимает свое личностное развитие сквозь призму общественного блага в условиях межкультурного разнообразия общества.
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИУК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач и достижении поставленных целей; ИУК-6.2. Способен выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

	ИУК-6.3. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста.
УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Понимает необходимость поддержания должного уровня физической подготовленности с учетом физиологических особенностей организма; УК-7.2. Использует методы и средства физической культуры и здоровьесберегающие технологии для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и формирования здорового образа жизни.
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	ИУК 8.1. Понимает способы обеспечения в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасных условий жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития экосистемы и общества ИУК 8.2. Выявляет возможность возникновения опасностей для жизни, здоровья людей и природной среды, в том числе при взаимодействии природы и общества, предлагает методы защиты от опасностей, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов ИУК 8.3 Выполняет правила обеспечения безопасных условий для сохранения природоресурсного потенциала жизнедеятельности, поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций и угрозе возникновения военных конфликтов, правила оказания первой медицинской помощи ИУК 8.4 Применяет положения общевоинских уставов в повседневной деятельности подразделения, управляет строями, применяет штатное стрелковое оружие ИУК 8.5 Ведет общевойсковой бой в составе подразделения ИУК 8.6 Выполняет поставленные задачи в условиях РХБ заражения ИУК 8.7 Пользуется топографическими картами ИУК 8.8 Оказывает первую медицинскую помощь при ранениях и травмах. ИУК 8.9 Имеет высокое чувство патриотизма, считает защиту Родины своим долгом и обязанностью
УК-9 Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	ИУК-9.1. Использует основы дефектологических знаний для организации доступной среды в социальной и профессиональной сферах деятельности; ИУК-9.2. Выстраивает эффективное социальное и профессиональное взаимодействие с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья.
УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	ИУК-10.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике; ИУК-10.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски; ИУК-10.3. Применяет теоретические знания в области цифровой экономики к решению профессиональных задач.
УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в	ИУК 11.1. Понимает правовые и организационные основы противодействия проявлениям экстремизма, терроризма и коррупции. ИУК 11.2. Юридически правильно квалифицирует факты и обстоятельства, возникающие в сфере противодействия экстремизму, терроризму и коррупционному поведению

профессиональной деятельности	ИУК 11.3. Владеет приемами и методами формирования нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционного поведения и противодействия им в профессиональной деятельности
ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории;	ИОПК-1.1. Определяет понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук. ИОПК-1.2. Применяет инструментарий экономической, организационной и управленческой теории для решения профессиональных задач. ИОПК-1.3. Выстраивает решения типовых профессиональных задач на основе законов экономики, анализа организации и принципов управления ИОПК-1.4 Основываясь на знаниях организационной и управленческой теорий принимает участие в разработке, принятии и контроле организационно-управленческих решений, политик и процедур в процессе реализации интеграционных подходов к управлению и функций менеджмента, в том числе с позиций социальной ответственности
ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	ИОПК-2.1. Способен осуществлять сбор и обработку посредством цифровых технологий бухгалтерской информации, необходимой для решения поставленных управленческих задач ИОПК-2.2. Осуществляет с использованием современного инструментария статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач ИОПК 2.3. Способен посредством современного инструментария анализировать данные и объяснять экономические процессы для решения поставленных управленческих задач ИОПК-2.4 Использует понятийный аппарат в области обработки данных с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем ИОПК-2.5 Осуществляет сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария ИОПК-2.6 Использует современный инструментарий и интеллектуальные информационно-аналитические системы для обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач ИОПК-2.7 Применяет разнообразные научные методы исследований для решения профессиональных задач посредством анализа данных
ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия;	ИОПК-3.1 Выявляет методы разработки обоснованных организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости ИОПК-3.2 Разрабатывает обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости и оценивает их последствия ИОПК-3.3 Содействует реализации управленческих решений в условиях сложной и динамичной среды ИОПК-3.4 Осуществляет диагностику управленческих проблем, условий и факторов сложной и динамичной среды для разработки и участия в принятии обоснованных организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости ИОПК-3.5 Моделирует процесс принятия управленческих решений, участвует в процедурах согласования и утверждения решения

	ИОПК-3.6 Содействует принятию и реализации обоснованных организационно-управленческих решений в различных сферах, их контролю и проводит оценку эффективности
ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ИОПК-4.1 Использует методы выявления и оценки новых рыночных возможностей, разработки бизнес-планов ИОПК-4.2 Применяет методы выявления и оценки новых рыночных возможностей, разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций ИОПК-4.3 Выявляет и оценивает новые рыночные возможности, разрабатывает бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций ИОПК-4.4 В рамках организации маркетинговой деятельности осуществляет сбор, обработку, статистический анализ данных, необходимых для решения тактических маркетинговых задач в сфере профессиональной деятельности; проводит исследование рынка с целью выявления и оценки новых рыночных возможностей и анализа торгово-организационной сферы деятельности, проведения ценовой политики, оценки ассортимента, качества и конкурентоспособности товаров и услуг, организации продаж и продвижения товаров и услуг.
ОПК-5 Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	ИОПК-5.1 Понимает значение современных информационных технологий и программных средств, включая методы управления крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ, для решения профессиональных задач ИОПК-5.2 Решает профессиональные задачи с использованием современных информационных технологий и программных средств ИОПК-5.3 Использует современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ для решения профессиональных задач
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИОПК-6.1 Понимает принципы работы современных информационных технологий ИОПК-6.2 Использует современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности
ПК-1 Способен осуществлять подготовку и проводить маркетинговые исследования и маркетинговый анализ на основе собранной маркетинговой информации, в том числе в сети Интернет	ИПК-1.1 Проводит подготовку маркетингового исследования на основе сбора, обработки и анализа маркетинговой информации и прогнозирования данных ИПК-1.2 Используя данные маркетинговой информационной системы, осуществляет маркетинговый анализ, в том числе элементов комплекса маркетинга ИПК-1.3 Пользуется инструментами интернет-маркетинга для осуществления маркетинговой деятельности, в том числе подготовки и проведения маркетинговых исследований
ПК-2 Способен участвовать в управлении товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политикой организации с учетом цифровизации экономики	ИПК-2.1 Принимает участие в управлении комплексом маркетинга (товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политикой) организации с учетом цифровизации экономики ИПК-2.2 Применяет различные средства коммуникационного маркетинга при участии в управлении коммуникационной политикой организации

	ИПК-2.3 Применяет различные средства электронной коммерции в управлении товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политикой организации с учетом цифровизации экономики
ПК-3 Способен осуществлять маркетинговую деятельность в различных отраслях и сферах с использованием элементов комплекса маркетинга	ИПК-3.1 Применяет знания особенностей маркетинга объектов капитального строительства, в агробизнесе, в сфере услуг, в рекламном бизнесе, в торговле, на рынке интеллектуальных продуктов, на рынке народных промыслов, в сфере туризма и гостеприимства, во внешнеэкономической деятельности, на предприятиях с иностранными инвестициями для осуществления маркетинговой деятельности в данных отраслях ИПК-3.2 Принимает участие в реализации элементов комплекса маркетинга в сфере международной деятельности ИПК-3.3 Осуществляет маркетинговую деятельность в сфере услуг с учетом специфики маркетинга коммерческого посредничества, сервисного, некоммерческого, банковского, финансового, информационного, туристического, транспортного маркетинга, маркетинга в потребительской кооперации, в страховом бизнесе, маркетинга образовательных и консультационных услуг ИПК-3.4. Участвует в процессе маркетинговой деятельности в сфере в промышленности и на рынке средств производства
ПК-4 Способен проводить исследование поведения потребителей в цифровой экономике и осуществлять маркетинговое консультирование	ИПК-4.1 Выявляет факторы, влияющие на поведение потребителей в условиях цифровой экономики ИПК-4.2 Проводит исследование личности потребителя, его мотивации, персональных ценностей и процесса принятия решения о покупке ИПК-4.3 Воздействует на поведение потребителей в условиях цифровой экономики ИПК-4.4 Основываясь на общих подходах к консалтингу осуществляет консультирование в сфере маркетинга и бизнеса
ПК-5 Способен применять знания основ теории организации при участии в формировании организационных структур управления маркетингом	ИПК-5.1 Опираясь на основы теории организации формирует организационную структуру и организационный дизайн ИПК-5.2 Проектирует организационно-управленческую структуру с учетом современных концепций управления ИПК-5.3 Формирует организационную структуру управления маркетингом

II. Требования к выпускным квалификационным работам и порядку их выполнения

2.1. Цель и задачи выпускной квалификационной работы

Государственная итоговая аттестация по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Цифровой маркетинг» включает защиту выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы – завершающий этап государственной итоговой аттестации.

Выпускная квалификационная работа представляет собой выполненную обучающимся работу, демонстрирующую уровень подготовленности

выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

Выпускная квалификационная работа по образовательным программам высшего образования, имеет своей целью систематизацию, обобщение и закрепление теоретических знаний, практических умений и профессиональных навыков выпускника.

Задачами выпускной квалификационной работы являются:

- систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний и практических умений, полученных студентом в процессе освоения дисциплин ОПОП ВО, предусмотренных ФГОС ВО;

- развитие навыков ведения самостоятельной работы и овладение методикой исследования и проведения эксперимента при решении конкретных практических, научных, технических, экономических и производственных задач;

- выявление уровня развития у выпускника универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций;

- определение уровня подготовки выпускника к профессиональной деятельности;

- приобретение опыта систематизации полученных результатов исследования, формулировки новых выводов и положений как результатов выполненной работы и их публичной защиты.

В Автономной некоммерческой организации высшего образования «Белгородский университет кооперации, экономики и права» вид выпускной квалификационной работы по программам бакалавриата – бакалаврская работа.

При выполнении выпускной квалификационной работы обучающиеся должны показать свои способности, умения и навыки, опираясь на полученные углубленные знания и сформированные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

2.2. Перечень тем выпускных квалификационных работ

Ректором Университета утверждается перечень тем выпускных квалификационных работ (тематика выпускных квалификационных работ) доводится до сведения обучающихся не позднее чем за 6 месяцев до даты начала государственной итоговой аттестации.

Перечень тем выпускных квалификационных работ по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Цифровой маркетинг»:

1. Активизация маркетинговых усилий предприятия на применение стратегии веб-маркетинга
2. Взаимодействие с целевыми аудиториями компании на основе целевого маркетинга в онлайн и в офлайн среде
3. Влияние инструментов интернет-маркетинга на эффективность бизнеса на рынке B2B

4. Влияние маркетинговой безопасности на деловую репутацию предприятия (организации, компании) в условиях цифровизации экономики
5. Влияние маркетинговых стратегий на финансовое положение предприятий (организаций, компаний) в условиях цифровизации экономики
6. Влияние цифрового маркетинга на развитие предпринимательства в регионе
7. Изменение комплекса маркетинга на предприятии(в организации, компании) с развитием цифровых технологий
8. Изменения на рынке труда в сфере маркетинговой деятельности в условиях нового уровня цифровых преобразований
9. Инновационные приоритеты современного развития цифровых технологий на основе маркетинга территорий
10. Интеграция клиентоориентированного подхода в систему функционирования компаний цифрового маркетинга
11. Интерактивность сайта как фактор повышения конкурентоспособности предприятия (организации, компании)
12. Использование digital-инструментов при продвижении продукта на современном рынке
13. Использование digital-коммуникаций в продвижении предприятий(организаций, компаний)
14. Использование digital-маркетинга в организации на основе принципов TQM
15. Использование веб-аналитики как механизма изучения онлайн-поведения потребителей и совершенствования маркетинговой стратегии
16. Использование веб-технологий в развитии маркетинговой политики предприятий(организаций, компаний)
17. Использование инструментов интернет-маркетинга для повышения эффективности предприятий (организаций, компаний)
18. Использование инструментов цифрового маркетинга для повышения эффективности привлечения клиентов
19. Использование интернет-маркетинга как инструмента повышения эффективности деятельности торгового предприятия
20. Использование маркетингового инструментария поддержки инноваций на предприятии (в организации, компании) в условиях цифровизации экономики
21. Использование маркетингового консалтинга на предприятии (в организации, компании) в условиях цифровизации бизнеса
22. Использование системы Интернет в маркетинговой логистике предприятий (компаний)
23. Использование современных цифровых маркетинговых технологий для продвижения инноваций
24. Использование технологий big data при проведении маркетинговых исследований на предприятии(в организации, компании)
25. Использование технологий виртуального маркетинга на предприятии (в организации, компании)

26. Использование цифрового маркетинга на предприятии (в организации, компании) для успешного развития и позиционирования бизнеса

27. Использование цифровых каналов взаимодействия в маркетинге территорий

28. Использование цифровых маркетинговых инструментов в интерактивном формате на предприятиях сферы торговли

29. Исследование интегрированных интерактивных коммуникаций на рынке digital-маркетинга в интернет-экономике

30. Исследование маркетинговых бизнес-процессов компании, осуществляемых с использованием цифровых технологий

31. Исследование особенностей поведения потребителей в digital-среде

32. Исследование особенностей стратегии цифрового маркетинга при продвижении стартапов

33. Маркетинговое управление онлайн-репутацией предприятий (организаций, компаний)

34. Маркетинговые аспекты участия университетов в обеспечении условий реализации цифровой трансформации

35. Маркетинговые императивы развития интернет-рекламы в современном коммуникационном пространстве компаний

36. Маркетинговый анализ цифровой среды предприятия (организации, компании)

37. Методы повышения эффективности продаж на основе аналитических инструментов интернет-маркетинга

38. Направления реализации цифрового маркетинга в организации продвижения современных компаний

39. Повышение маркетинговой активности предприятия (организации, компании) на основе динамичного развития цифрового маркетинга

40. Повышение результативности цифровых маркетинговых коммуникаций на предприятии (в организации, компании)

41. Повышение эффективности маркетинговых стратегий предприятий малого бизнеса на основе системной цифровой трансформации и интеграции

42. Построение модели поведения потребителей при поиске информации о продукции в digital-среде

43. Построение эффективной digital-коммуникации с интернет-аудиторией потенциальных потребителей на отраслевых рынках

44. Применение инновационной технологии digital-маркетинга для повышения эффективности продвижения услуг

45. Применение инструментов digital-коммуникации для повышения конкурентоспособности предприятий(организаций, компаний)

46. Применение инструментов digital-маркетинга в деятельности интернет-магазинов

47. Применение интернет-технологий в маркетинге кампаний как вида коммуникации

48. Принятие маркетинговых решений на различных уровнях управления с помощью информационно-коммуникационных технологий и систем

49. Принятие управленческих решений в условиях цифровизации экономики на основе применения системно-динамических моделей маркетинговых процессов

50. Проектирование маркетинговой информационной системы компании как составной части корпоративной информационной системы

51. Развитие внешних и внутренних областей развития цифрового маркетинга на предприятии (в организации, компании)

52. Развитие внутренних маркетинговых бизнес-процессов на предприятии (в организации, компании) с использованием цифровых технологий

53. Развитие маркетинговой деятельности предприятий в условиях цифровой экономики

54. Развитие маркетинговой деятельности предприятия на отраслевых рынках

55. Развитие маркетинговых коммуникаций в ритейле с учетом их цифровых трансформаций и кризисных условий в экономике

56. Развитие мобильного маркетинга как многоканальной стратегии цифрового маркетинга в организации(на предприятии)

57. Развитие средств маркетинговой аналитики в современном digital-маркетинге предприятия(организации, компании)

58. Развитие цифрового брендинга территорий как управленческого ресурса

59. Развитие цифрового бренд-менеджмента как высокотехнологичной комплексной практики в условиях коммуникационной активности предприятия

60. Развитие цифрового бренд-менеджмента территорий

61. Развитие цифрового маркетинга как инструмента повышения конкурентоспособности предприятий(организаций, компаний)

62. Развитие цифрового маркетинга на основе применения инструментов интеллектуальной бизнес-аналитики

63. Развитие цифровых коммуникаций как способа продвижения предприятия (организации, компании)

64. Разработка digital-стратегии продвижения предприятия(организации, компании) в цифровой среде

65. Разработка бизнес-модели производственного цикла на предприятии на основе внедрения аддитивных технологий

66. Разработка интегрированных маркетинговых информационных систем с возможностями аналитики как инструмента цифрового маркетинга

67. Разработка комплекса цифрового маркетинга на предприятии(в организации, компании)

68. Разработка маркетинговой стратегии компании на основе цифровых сервисов

69. Разработка организационно-экономического механизма влияния цифрового маркетинга на эффективность предприятия (организации, компании)

70. Разработка политики ценообразования на предприятии (в организации, компании) в условиях цифровизации экономики

71. Разработка стратегии интернет-продвижения инновационного продукта

72. Разработка стратегии расширения сфер использования онлайн-маркетинга на предприятии (в организации, компании)

73. Реализация маркетинговой деятельности организации (предприятия, компании) с использованием цифровых информационно-коммуникационных технологий

74. Результативность действия факторов цифрового маркетинга-микс на предприятии(в организации, компании)

75. Совершенствование маркетинговой деятельности компании с использованием цифровых устройств и технологий

76. Совершенствование форм и методов управления цифровым маркетингом на предприятии (в организации, компании)

77. Управление бизнес-процессами предприятия при внедрении компонентов электронного бизнеса

78. Управление лояльностью потребителей в цифровой среде

79. Управление маркетинговой деятельностью предприятия(организации, компании) на основе развития цифровой платформы

80. Управление организацией (предприятием, компанией)на основе внедрения цифровых технологий

81. Формирование и реализация стратегии digital-маркетинга на предприятии (в организации, компании)

82. Формирование коммуникационной политики в среде интернет-маркетинга предприятия (организации, компании)

83. Формирование маркетинговой информационной системы предприятия(организации, компании) в цифровой среде

84. Формирование цифрового доверия как индикатора качества информационных ресурсов управления на предприятии (в организации, компании)

85. Цифровое управление маркетинговой деятельностью вузов на региональных рынках

Тематика выпускных квалификационных работ (бакалаврских работ) рассматривается на заседании кафедры, ежегодно пересматривается и обновляется.

Для выбора темы выпускной квалификационной работы обучающийся пишет заявление по соответствующей форме.

По письменному заявлению обучающегося университет может предоставить обучающемуся возможность подготовки и защиты выпускной

квалификационной работы по теме, предложенной обучающимся, в случае обоснованности целесообразности ее разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности.

2.3. Требования к структуре и содержанию выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа (бакалаврская работа) должна отвечать следующим основным требованиям:

- квалифицированное применение универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций для решения задач исследования;
- связь теоретических положений с практическими задачами в рамках исследования;
- завершенность исследования и самостоятельность его выполнения, включающая в себя: самостоятельный характер изложения и обобщения материала, формулировку и обоснование собственного подхода к решению дискуссионных проблем теории и практики управления, самостоятельный анализ статистического, эмпирического и другого фактологического материала, самостоятельный выбор и обоснование математической модели или методов количественного анализа, используемых в работе, самостоятельность выводов по результатам проведенного исследования.

Выпускная квалификационная работа выполняется на материалах организации, где обучающийся проходил производственную (преддипломную) практику, которая проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования.

По окончании практики обучающийся сдает выпускную квалификационную работу в полном объеме руководителю ВКР на проверку. Руководитель при наличии замечаний возвращает выпускную квалификационную работу на доработку.

Выпускная квалификационная работа (бакалаврская работа) должна включать: титульный лист, содержание, введение, основную часть, заключение, список использованных источников, глоссарий, приложения.

Примерный объем выпускной квалификационной работы по программе бакалавриата – 60-80 страниц.

Конкретный объем выпускной квалификационной работы определяет руководитель ВКР непосредственно в ходе руководства ВКР в зависимости от специфики выпускной квалификационной работы и может иметь отклонения от нормы.

Титульный лист является первой страницей выпускной квалификационной работы и оформляется согласно форме, установленной Университетом.

Содержание включает введение, перечень всех глав и вопросов согласно плану и графику выполнения ВКР, заключение, список использованных источников, приложения с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы работы.

Обязательное требование – дословное повторение в заголовках содержания названий глав, параграфов, представленных в тексте, в той же последовательности и соподчиненности.

Введение должно содержать: актуальность выбранной темы; объект исследования; период исследования; цель выполнения работы; задачи, которые необходимо решить для достижения цели работы; методическую и теоретическую основу работы; описание структуры работы.

Основная часть включает в себя теоретические и практические вопросы, предусмотренные Планом и графиком выполнения ВКР.

Основная часть должна содержать: выбор направлений исследований; процесс теоретических и (или) экспериментальных исследований; обобщение и оценку результатов исследований.

Основная часть должна содержать конкретные предложения по совершенствованию предмета исследования по изучаемому объекту.

Основная часть бакалаврской работы состоит из трех глав, при этом первая и третья главы делятся на 2 параграфа, а вторая глава – на три.

Глава 1. Теоретические подходы к постановке конкретной проблемы в области маркетинговой деятельности с учетом требований цифровизации (в конкретной выпускной квалификационной работе она должна иметь свое название).

На основе изучения публикаций отечественных и зарубежных авторов излагается сущность исследуемой проблемы. По первому разделу судят о глубине теоретической базы бакалаврской работы. Приветствуется использование источников монографического характера и публикаций в ведущих российских и зарубежных специализированных журналах.

В процессе изучения литературных источников очень важно найти сходство и различия точек зрения разных авторов, дать их анализ и обосновать свою позицию поданному вопросу.

Одно из главных требований данной главы – наличие конкретных ссылок на библиографические источники, авторская позиция автора по определенной проблеме и полемика.

Глава 2. Анализ состояния по проблеме исследования на конкретном предприятии (в конкретной выпускной квалификационной работе она должна иметь свое название).

В этой главе на основе разработанной методики исследования анализируется состояние проблемы на конкретном предприятии. Материалами для анализа могут быть планы работы организаций, годовые отчеты, статистическая отчетность и другая служебная документация, изученная студентом.

Материалы, служащие базой для обоснования и анализа, должны быть достаточно полными и достоверными, чтобы можно было проанализировать

положение дел, вскрыть резервы и наметить пути их использования, а также устранить имеющиеся недостатки в работе.

Анализ состояния дел в организации предполагает обработку собранных статистических материалов, например, по ее производственной деятельности за последние 3 года. Анализ и обработку цифровой информации необходимо проводить с помощью современных методов экономического, социологического и психологического анализа.

Глава 3. Разработка рекомендаций и их обоснование в рамках изучаемой проблемы.

Результаты анализа служат базой для разработки и обоснования в выпускной квалификационной работе конкретных управленческих решений для улучшения экономического состояния объекта исследования и совершенствования системы маркетинга с учетом требований цифровизации.

В частности, намечаются пути использования вскрытых резервов, устранения выявленных недостатков в работе, обосновываются решения, обеспечивающие реализацию цели и задач работы.

При подготовке этого раздела студенты должны учесть основные принципы: системный подход, т.е. учет всех или большинства взаимообусловливающих задач управления объектом; комплексный подход с позиций оперативного и стратегического управления; динамичность, предполагающая регулярную корректировку подготовленных документов в связи с изменившимися условиями работы базовой организации, содержанием деятельности аппарата управления, а также с методами выполнения управленческих работ.

Заключение должно включать: краткие выводы по содержанию каждой главы работы, положительные и отрицательные тенденции в работе организации по изучаемой проблеме, конкретные предложения по совершенствованию деятельности данной организации по исследуемому направлению.

Рекомендуемый объем заключения бакалаврской работы – 2-3 страницы.

В списке использованных источников должны быть отражены нормативные правовые акты (при использовании), литература и электронные ресурсы, которыми обучающийся пользовался при написании работы.

Особое внимание следует уделить трудам преподавателей выпускающей и родственных кафедр.

В списке использованных источников следует привести не менее 45 проработанных источников, на которые содержатся ссылки в работе, а также публикации студентов.

Глоссарий – толковый (объясняющий) словарь ключевых понятий и терминов. Используя в тексте выпускных квалификационных работ термины и правильно раскрытая их содержание, автор демонстрирует степень включенности в сферу будущей профессии и готовность к профессиональной и научной деятельности. В глоссарий включаются основные профессиональные термины, факты, персоналии, важнейшие даты. Формулировка понятий глоссария должна соответствовать формулировкам

данным в различных словарях, энциклопедиях, справочниках и в документах законодательного характера.

Глоссарий должен включать 20-25 терминов.

Приложение к выпускной квалификационной работе – это вспомогательный материал, не вошедший в основную часть работы, но важный для понимания основной части работы и более глубокого раскрытия темы исследования.

В приложение к ВКР, как правило, включают:

– промежуточные расчеты, которые можно опустить в основной части работы, но в качестве справочной информации их все же желательно приложить к работе;

– таблицы результатов исследований, выводы на основании которых содержатся в основной части работы;

– различного рода инструкции, которые играют роль ознакомительного материала в рамках выпускной квалификационной работы;

– примеры и образцы документов и бланков, на которые ссылается студент в тексте основной части ВКР.

Все материалы, помещаемые в приложениях, должны быть связаны с основным текстом, в котором обязательно делаются ссылки на соответствующие предложения.

Выпускная квалификационная работа (бакалаврская работа) может быть основой для последующей разработки магистерской диссертации.

2.4. Требования к оформлению выпускной квалификационной работы

Оформление выпускных квалификационных работ должно соответствовать требованиям действующих ГОСТов, предъявляемым к оформлению научных работ.

Текст выпускной квалификационной работы выполняется на компьютере на одной стороне листа через полтора интервала в текстовом редакторе Microsoft Word for Windows. Текст набирается нежирным шрифтом Times New Roman Cyr, размером 14 пунктов. Текст выпускной квалификационной работы следует располагать, соблюдая следующие размеры полей: левое – не менее 30 мм, правое – не менее 10 мм, верхнее – не менее 15 мм, нижнее – не менее 20 мм.

Текст работы подразделяется на главы и вопросы, которые должны содержать заголовки, соответствующие плану и содержанию работы.

Оформление текста работы

Заголовки структурных элементов работы следует располагать в середине строки без точки в конце, не подчеркивая.

Расстояние между заголовком и текстом должно быть равно 2 интервала для работ, выполняемых на компьютере.

Каждую главу следует начинать с нового листа (страницы). После заголовка текст пишут с абзацного отступа.

Все иллюстративные материалы (схемы, рисунки, диаграммы, графики, чертежи, фотографии) в работе имеют название «Рисунок». Рисунки, схемы и чертежи разрешается выполнять только в черно-белом цвете. Графики, фотографии могут быть цветными.

Сокращения и условные обозначения должны помещаться в работе в соответствии с общепринятыми нормами.

Ссылки

Приводимые в работе сведения из литературных источников (цифровые данные, цитаты, общие выводы и положения, мнения авторов) должны иметь точные ссылки на источники информации. Ссылка указывает порядковый номер этого литературного источника по списку использованных источников, выделяемый скобками. Ссылки на иллюстрации, таблицы, формулы, уравнения, перечисления, приложения следует указывать их порядковым номером, например: «...в подпунктах 2.2.», «... в уравнениях (2)», «... на рис. 8», «... в приложении 5».

Если в работе одна иллюстрация, одна таблица, одна формула, одно уравнение, одно приложение, – их не нумеруют, а следует при ссылках писать «на рисунке», «в таблице», «по формуле», «в уравнении», «в приложении».

При упоминании в тексте иностранных фамилий, фирм, географических и других названий, их пишут как в русской транскрипции, так и на языках оригиналов (в скобках).

Нумерация страниц

Страницы работы нумеруются арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. На титульном листе, содержании и первом листе введения номер не ставят. Номер проставляют со второго листа введения (стр. 5) в правом верхнем углу без точки в конце.

Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию страниц выпускной квалификационной работы.

Нумерация глав и вопросов

Главы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всей работы и обозначаются арабскими цифрами с точкой в конце. Введение и заключение не нумеруется. Вопросы нумеруются арабскими цифрами в пределах каждой главы. Номер вопроса состоит из номера главы и вопроса, разделенных точкой, например: «2.3.».

Иллюстрации

Иллюстрации (чертежи, графики, схемы, диаграммы, фотоснимки) следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. На все иллюстрации должны быть даны ссылки в тексте.

Иллюстрации должны иметь названия. Иллюстрации обозначаются словом «Рис.» и нумеруются арабскими цифрами в пределах всей работы. Если в работе одна иллюстрация, ее не нумеруют и слово «Рис.» под ней не пишут. Иллюстрацию следует выполнять на одной странице.

Таблицы

Весь цифровой материал, имеющийся в работе, должен оформляться в виде таблиц. Таблицу следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. На все таблицы должна быть ссылка в работе. Таблицы нумеруются арабскими цифрами порядковой нумерацией в пределах всей работы. Номер следует размещать в правом верхнем углу над заголовком таблицы после слова «Таблица». Если таблица одна, ее не нумеруют и слово «Таблица» не пишут. Таблицы должны иметь название.

Примечания

Примечания следует помещать в работе при необходимости пояснения содержания текста, таблицы или иллюстрации. Примечания размещают непосредственно после вопроса, таблицы, иллюстрации, к которым они относятся. Слово «Примечание» следует печатать с прописной буквы с абзацного отступа вразрядку и не подчеркивать. Одно примечание не нумеруют. Несколько примечаний следует нумеровать порядковой нумерацией арабскими цифрами с точкой.

Формулы

Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле. Значение каждого символа и числового коэффициента следует давать с новой строки. Первую строку пояснения начинают со слова «где» без двоеточия.

Формулы следует выделять из текста в отдельную строку. Выше и ниже каждой формулы должно быть оставлено не менее одной строки.

Формулы в работе следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всей выпускной квалификационной работы арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке. Если в работе только одна формула, ее не нумеруют.

Список использованных источников

Сведения об источниках можно располагать в порядке появления ссылок на источники в тексте работы и нумеровать арабскими цифрами с точкой.

Возможно использование следующих способов построения библиографических списков: по алфавиту фамилий авторов или заглавий, по тематике, по видам изданий, по характеру содержания, списки смешанного построения. Наиболее часто используется при написании выпускных квалификационных работ алфавитный способ группировки.

Описание библиографических источников следует оформлять в соответствии с с ГОСТ Р 7.0.100-2018 Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления.

Приложения

Приложения оформляются как продолжение работы на последующих страницах, располагать их нужно в порядке появления ссылок в тексте.

Каждое приложение следует начинать с нового листа с указанием в правом верхнем углу слова «ПРИЛОЖЕНИЕ» с порядковым номером без знака «№». Приложение должно иметь содержательный заголовок.

Более подробные требования к оформлению выпускных квалификационных работ и их тематика изложены в методических рекомендациях соответствующих кафедр по выполнению выпускной квалификационной работы.

2.5. Порядок выполнения и защиты выпускной квалификационной работы

Выпускные квалификационные работы выполняются на последнем курсе обучения.

Выполнение выпускной квалификационной работы осуществляется в следующем порядке:

1. В случае наличия заказа на выполнение выпускной квалификационной работы от организации – получение заказа на выполнение выпускной квалификационной работы от организации.

2. Выбор темы выпускной квалификационной работы на основании заявления обучающегося (обучающихся).

Перечень тем выпускных квалификационных работ (тематика выпускных квалификационных работ), предлагаемых обучающимся, определяется выпускающими кафедрами и утверждается ректором университета. Перечень тем подлежит ежегодному обновлению и должен соответствовать как современному уровню развития науки, так и современным потребностям общественной практики и формируется с учетом предложений работодателей по конкретному направлению подготовки.

Утвержденный ректором университета перечень тем выпускных квалификационных работ (тематика выпускных квалификационных работ) доводится до сведения обучающихся не позднее чем за 6 месяцев до даты начала государственной итоговой аттестации.

Для выбора темы выпускной квалификационной работы обучающийся выполняющий выпускную квалификационную работу пишет заявление.

По письменному заявлению обучающегося университет может предоставить обучающемуся возможность подготовки и защиты выпускной квалификационной работы по теме, предложенной обучающимся, в случае обоснованности целесообразности ее разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности.

Изменение или корректировка (уточнение), закрепленной за обучающимся приказом ректора университета, темы ВКР допускается в исключительных случаях по ходатайству руководителя ВКР и согласованию с заведующим соответствующей кафедры. В этом случае вносятся изменения в приказ ректора университета о закреплении тем выпускных квалификационных работ за обучающимися.

3. Закрепление ректором университета темы выпускной квалификационной работы за обучающимся и назначение руководителя ВКР.

Для подготовки выпускной квалификационной работы за обучающимся приказом ректора университета назначается руководитель выпускной

квалификационной работы из числа работников университета и при необходимости консультант

Приказу ректора предшествует служебная записка заведующего выпускающей кафедрой, оформленная на основании заявлений обучающихся на выбор темы выпускной квалификационной работы, руководителя ВКР и консультанта (при необходимости).

Руководитель выпускной квалификационной работы должен иметь ученую степень и являться работником университета.

Руководитель выпускной квалификационной работы проводит систематические консультации, осуществляет координацию и контроль подготовки выпускной квалификационной работы, а именно:

– согласовывает план и график выполнения выпускной квалификационной работы;

– рекомендует обучающемуся необходимую основную литературу, справочные и нормативные документы и другие источники по теме;

– информирует заведующего кафедрой о ходе выполнения обучающимся выпускной квалификационной работы;

– оперативно принимает организационные решения в случае неблагоприятного хода выполнения обучающимся выпускной квалификационной работы;

– проверяет выполнение работы (по частям и в целом);

– проверяет и оценивает в системе «Антиплагиат.ВУЗ» текст работы на наличие заимствований по доступным базам, подписывает справку о проверке работы в системе «Антиплагиат.ВУЗ».

– после окончательной проверки выпускной квалификационной работы подписывает ее на титульном листе и составляет письменный отзыв.

Кроме того, руководитель выпускной квалификационной работы информирует обучающегося о порядке и содержании процедуры защиты ВКР, о требованиях к обучающемуся при выполнении и защите ВКР; консультирует (оказывает помощь) в подготовке выступления и подборе наглядных материалов к защите ВКР.

Ответственность за руководство и организацию выполнения ВКР несет выпускающая кафедра и непосредственно руководитель ВКР.

За все сведения, изложенные в ВКР, принятые решения и за правильность всех данных в работе ответственность несет обучающийся – автор выпускной квалификационной работы.

4. Закрепление консультантов выпускных квалификационных работ (при необходимости).

С целью оказания выпускнику специализированных консультаций по отдельным аспектам выполняемого исследования наряду с руководителем ВКР приказом ректора университета может быть назначен консультант(-ы) ВКР.

Консультант(-ы) (при их наличии) осуществляют консультирование обучающихся при выполнении выпускной квалификационной работы, а по окончанию выполнения ВКР подписывают ее на титульном листе.

5. Составление Плана и графика выполнения выпускной квалификационной работы совместно с руководителем ВКР.

6. Подбор и изучение необходимой основной литературы, справочных и нормативных документов и других источников, рекомендуемых обучающемуся руководителем ВКР по закрепленной за обучающимся теме ВКР.

7. Написание теоретической главы под руководством руководителя ВКР и систематическом консультировании консультанта (при наличии).

8. Сбор практического материала к теме выпускной квалификационной работе.

9. Изучение объекта исследования и обработка материалов исследования. Написание практической части выпускной квалификационной работы.

10. Написание практической части ВКР под руководством руководителя ВКР и при систематическом консультировании консультанта (при наличии).

11. Передача работы руководителю ВКР на проверку.

12. Проверка руководителем ВКР выполнения работы (по частям и в целом).

13. Оформление Акта внедрения результатов выпускной квалификационной работы (при наличии).

14. Проверка и оценивание в системе «Антиплагиат.ВУЗ» текста работы на наличие заимствований по доступным базам (Интернет, внутренняя база работ университета, доступные базы других вузов). Оформление справки о проверке работы в системе «Антиплагиат.ВУЗ».

15. Составление руководителем ВКР письменного о работе обучающегося в период подготовки выпускной квалификационной работы и подписание ее на титульном листе.

16. Ознакомление обучающегося с отзывом руководителя о работе обучающегося в период подготовки выпускной квалификационной работы в срок, установленный законодательством Российской Федерации об образовании и Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры – не позднее чем за 5 календарных дней до дня защиты выпускной квалификационной работы.

17. Оценивание работы по формальным признакам заведующим кафедрой на основании отзыва и отчета системы «Антиплагиат.ВУЗ» и допуск выпускной квалификационной работы к защите.

В случае, если заведующий кафедрой не считает возможным допустить работу к защите по формальным признакам, он возвращает ее на доработку.

Тексты выпускных квалификационных работ, за исключением текстов выпускных квалификационных работ, содержащих сведения, составляющие

государственную тайну, размещаются в электронно-библиотечной системе университета и проверяются на объем заимствования.

Заведующий кафедрой обеспечивает размещение электронной версии выпускной квалификационной работы в электронно-библиотечной системе университета. Справка о размещении подписывается начальником отдела дистанционных технологий и компьютерной графики Центра компьютерных и дистанционных технологий, заведующим кафедрой и вкладывается в выпускную квалификационную работу перед передачей в государственную экзаменационную комиссию.

18. Подготовка доклада и иллюстративного материала к защите.

19. Защита выпускной квалификационной работы.

Порядок подготовки отзыва руководителя о работе обучающегося в период подготовки выпускной квалификационной работы.

Руководитель ВКР после завершения подготовки обучающимся выпускной квалификационной работы представляет заведующему кафедрой письменный отзыв о работе обучающегося в период подготовки выпускной квалификационной работы. В отзыве должны найти отражение:

1. Характеристика деятельности обучающегося в период выполнения выпускной квалификационной работы.

2. Апробация основных положений и результатов работы (при наличии)

3. Степень самостоятельности при выполнении выпускной квалификационной работы.

4. Способность обучающегося к научно-исследовательской работе.

5. Уровень сформированности компетенций, продемонстрированный в ходе работы над выпускной квалификационной работой.

6. Оценка работы обучающегося в период подготовки выпускной квалификационной работы.

7. Замечания по выпускной квалификационной работе.

Порядок защиты выпускной квалификационной работы.

В государственную экзаменационную комиссию не позднее, чем за 2 календарных дня до защиты выпускных квалификационных работ предоставляются:

– копия приказа о допуске обучающихся к государственной итоговой аттестации – учебно-методическим центром;

– зачетные книжки обучающихся, допущенных к прохождению государственных аттестационных испытаний – деканом факультета;

– выпускные квалификационные работы, в том числе, отзыв – заведующим выпускающей кафедрой;

– заказ организации на выполнение выпускной квалификационной работы и акт внедрения результатов выпускной квалификационной работы (при наличии таких документов) – заведующим кафедрой. Данные документы вкладываются в переплетенную выпускную квалификационную работу и не вносятся в перечень представленных материалов в протокол заседания ГЭК;

– копии приказов ректора университета о закреплении тем выпускных квалификационных работ за обучающимися, назначении руководителей; а также консультантов (при наличии) – учебно-методическим центром;

– списки обучающихся, защищающих выпускную квалификационную работу по подгруппам – заведующим выпускающей кафедрой. Данный документ не вносится в перечень представленных материалов в протокол заседания ГЭК.

Защита выпускных квалификационных работ является публичной и проводится на открытом заседании ГЭК (за исключением работ по закрытой тематике, при наличии таких работ).

Заседание ГЭК начинается с оглашения списка обучающихся, защищающих работы на данном заседании. Председатель ГЭК устанавливает регламент работы заседания.

Председатель ГЭК в порядке очередности приглашает на защиту обучающихся, каждый раз объявляя фамилию, имя и отчество обучающегося, тему работы, фамилию и должность руководителя, наличие отзыва, замечания, имеющиеся в них.

Для изложения содержания работы обучающемуся предоставляется не более 7-10 минут. При этом обучающийся вправе использовать мультимедийное оборудование (например, для презентации доклада), а также формировать раздаточный (иллюстрационный) материал для членов ГЭК.

После этого председатель ГЭК дает возможность членам ГЭК задавать обучающемуся вопросы, связанные с темой ВКР. Обучающемуся предоставляется слово для ответов на вопросы членов ГЭК, а также на замечания в отзыве руководителя и рецензии. При ответе на вопросы и замечания обучающийся имеет право пользоваться своей работой.

Государственная экзаменационная комиссия оценивает уровень сформированности компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы, в соответствии с критериями оценивания, установленными в Программах государственной итоговой аттестации. При определении оценки также принимается во внимание уровень теоретической и практической подготовки обучающегося, качество работы, самостоятельность полученных результатов, оформление работы, ход ее защиты, в том числе ответы на замечания.

Каждый член комиссии самостоятельно оценивает уровень сформированности компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы, в соответствии с критериями оценивания, установленными в Программах государственной итоговой аттестации.

По завершении защиты всех работ, намеченных на данное заседание, на закрытом заседании ГЭК принимается решение об определении оценки обучающемуся за государственное аттестационное испытание. При равном числе голосов голос председателя ГЭК является решающим.

Государственная экзаменационная комиссия вправе высказать особое мнение в части рекомендаций поступления в магистратуру университета, рекомендовать ВКР к участию в конкурсе.

Секретарь оформляет протоколы заседания экзаменационной комиссии и зачетные книжки. Протокол заседания ГЭК подписывается председателем ГЭК и секретарем, а зачетно-экзаменационная ведомость и зачетная книжка – председателем и членами государственной экзаменационной комиссии в день проведения аттестационного испытания.

По окончании оформления всей необходимой документации в аудиторию приглашаются все обучающиеся, защищавшие выпускные квалификационные работы и все присутствовавшие на заседании ГЭК. Председатель ГЭК объявляет и аргументирует выставленные оценки и решение комиссии о присвоении квалификации.

Особенности проведения государственных аттестационных испытаний для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья государственная итоговая аттестация проводится Университетом с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее – индивидуальные особенности).

При проведении государственной итоговой аттестации обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

– проведение государственной итоговой аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации;

– присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с председателем и членами государственной экзаменационной комиссии);

– пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении государственной итоговой аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;

– обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов аудитория должна располагаться на первом этаже, наличие специальных кресел и других приспособлений).

Все локальные нормативные акты университета по вопросам проведения государственной итоговой аттестации доводятся до сведения обучающихся инвалидов в доступной для них форме.

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность сдачи обучающимся инвалидом государственного

аттестационного испытания может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

– продолжительность сдачи государственного экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;

– продолжительность подготовки обучающегося к ответу на государственном экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;

– продолжительность выступления обучающегося при защите выпускной квалификационной работы - не более чем на 15 минут.

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья университет обеспечивает выполнение следующих требований при проведении государственного аттестационного испытания:

а) для слепых:

– задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

– письменные задания выполняются обучающимися на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;

– при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

– задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются увеличенным шрифтом;

– обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

– при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

– обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

– по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

– письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

– по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в устной форме.

Обучающийся инвалид не позднее чем за 3 месяца до начала проведения государственной итоговой аттестации подает письменное заявление о необходимости создания для него специальных условий при проведении государственных аттестационных испытаний с указанием его индивидуальных особенностей (далее – индивидуальные особенности). К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей (при отсутствии указанных документов в Университете в личном деле обучающегося*).*

В заявлении обучающийся указывает на необходимость (отсутствие необходимости) присутствия ассистента на государственном аттестационном испытании, необходимость (отсутствие необходимости) увеличения продолжительности сдачи государственного аттестационного испытания по отношению к установленной продолжительности (для каждого государственного аттестационного испытания).

2.6. Критерии оценки защиты выпускных квалификационных работ и процедура оценивания результатов освоения образовательной программы

Организация и проведение государственной итоговой аттестации выпускников регламентируется Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, Положением по организации выполнения и защиты выпускной квалификационной работы обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, и программам магистратуры, а также программой государственной итоговой аттестации.

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

Уровень сформированности компетенции определяется по качеству выполненной обучающимся выпускной квалификационной работы.

При защите выпускной квалификационной работы оценивается:

– оценка результатов освоения основной профессиональной образовательной программы по итогам выполнения обучающимся заданий при подготовке бакалаврской работы для выявления уровня сформированности компетенций;

– содержание 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.Вуз» на объем заимствований;

– оформление работы;

– качество представления и публичной защиты результатов исследования;

– отзыв руководителя о работе обучающегося в период подготовки выпускной квалификационной работы;

– рецензия на выпускную квалификационную работу (при наличии).

После закрепления приказом ректора университета за обучающимся темы выпускной квалификационной работы и назначении руководителя ВКР, обучающиеся получают задания и доступ к ним в личных кабинетах в электронной информационно-образовательной среде университета, которые позволяют оценить освоение компетенций обучающимися и являются обязательными для выполнения в процессе подготовки выпускной квалификационной работы. Задания представлены в таблице 1.

Таблица 1

Задания на выпускную квалификационную работу в соответствии с компетенциями, указанными во ФГОС ВО, для оценки результатов освоения образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленность (профиль) «Цифровой маркетинг»

Перечень компетенций		Задания на выпускную квалификационную работу
Код	Наименование	
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	В соответствии с утвержденным планом графиком провести поиск, критический анализ и синтез информации по проблематике выпускной квалификационной работы
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	Во введении определить цель исследования, а также сформулировать круг задач в рамках поставленной цели
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Провести оценку социального взаимодействия и процесса командообразования при анализе организационной структуры организации
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Изучить отечественные и иностранные литературные источники на языке оригинала и отразить их в списке использованных источников, провести документирование результатов исследования в форме бакалаврской работы.
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Определить актуальность исследования, направленную на выявление степени разработанности темы и вопросов, требующих решения.

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Спланировать и провести на основе самоорганизации научно-исследовательскую работу по ВКР
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Разработать программу формирования компетенций по здоровому образу жизни для объекта исследования, проанализировать особенности социальной политики исследуемого предприятия
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	Описать и проанализировать результативность применения в организации методов охраны труда, а также мер экологической ответственности предприятия, выявив позитивные и негативные последствия.
УК-9	Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	Оценить организацию рабочих мест для инвалидов и работников с ограниченными возможностями здоровья
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Оценить экономический потенциал исследуемой в ВКР организации
УК-11	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	Провести исследование проявлений экстремизма, терроризма, коррупции как социального явления в процессе анализа внешней и внутренней среды организации
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории;	Использовать комплексный подход к исследованию проблемы, опираясь на междисциплинарность экономической, организационной и управленческой теории
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	Определить теоретико-методические основы проблемы исследования на основе обобщения и критической оценки результатов исследования отечественных авторов с применением электронно-библиотечных систем и ресурсов сети Интернет.
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия;	Разработать проект организационно-управленческого решения в области исследуемой проблемы, учитывая социальную значимость, оценить эффективность проекта
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Провести оценку рыночных возможностей организации; на основе использования полученных результатов, разработать направления совершенствования маркетинговой деятельности объекта исследования
ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные	В процессе выполнения ВКР использовать современные информационные технологии и программные средства

	технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Проанализировать информационные технологии, используемые в профессиональной деятельности организации
ПК-1	Способен осуществлять подготовку и проводить маркетинговые исследования и маркетинговый анализ на основе собранной маркетинговой информации, в том числе в сети Интернет	В процессе выполнения ВКР использовать инструменты маркетинговых исследований и маркетингового анализа, а также результаты исследования отечественных авторов с применением ресурсов сети Интернет.
ПК-2	Способен участвовать в управлении товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политикой организации с учетом цифровизации экономики	Провести исследование комплекса маркетинга (товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политикой) организации
ПК-3	Способен осуществлять маркетинговую деятельность в различных отраслях и сферах с использованием элементов комплекса маркетинга	Определить особенности маркетинговой деятельности в определенных отраслях и сферах с использованием отдельных элементов комплекса маркетинга
ПК-4	Способен проводить исследование поведения потребителей в цифровой экономике и осуществлять маркетинговое консультирование	Определить факторы, влияющие на поведение потребителей организации в условиях цифровой экономики
ПК-5	Способен применять знания основ теории организации при участии в формировании организационных структур управления маркетингом	Провести исследование организационно-экономической характеристики организации с учетом современных концепций управления

Руководитель ВКР при поступлении выпускной квалификационной работы на проверку проводит оценку выполнения обучающимся заданий и делает отметку о выполнении в листе оценки результатов освоения ОПОП (табл. 2), который вместе с другими документами в составе выпускной квалификационной работой предоставляется государственной экзаменационной комиссии.

Таблица 2

Оценка результатов освоения основной профессиональной образовательной программы 38.03.02 Менеджмент направленность (профиль) «Цифровой маркетинг»

ФИО обучающегося

обучающегося ____ курса _____ формы обучения группы

Перечень компетенций		Показатели оценки	Отметка о выполнении
Код	Характеристика		

В процессе защиты каждый из членов государственной экзаменационной комиссии самостоятельно оценивает уровень сформированности компетенций, которыми должен овладеть обучающийся в результате освоения образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Цифровой маркетинг», в

соответствии с критериями оценивания, установленными настоящей программой государственной итоговой аттестации и заполняет оценочный лист, представленный в таблице 3.

Таблица 3

ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ
результатов освоения основной образовательной программы
направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
направленность (профиль) «Цифровой маркетинг»

_____

ФИО обучающегося

обучающегося ____ курса _____ формы обучения группы

Перечень компетенций		ВКР (содержание и оформление)	Доклад	Вопросы	Отметка об освоении
Код	Характеристика				

По результатам защиты выпускной квалификационной работы председателем государственной экзаменационной комиссии на каждого выпускника, прошедшего процедуру защиты на основании коллегиального обсуждения и с учетом оценочных листов, заполненных членами государственной экзаменационной комиссии, заполняется Протокол по оценке результатов освоения ОПОП по форме, представленной в таблице 4, который является основой для составления Протокола заседания государственной экзаменационной комиссии.

Таблица 4

ПРОТОКОЛ
по оценке результатов освоения основной профессиональной образовательной программы 38.03.02 Менеджмент
направленность (профиль) «Цифровой маркетинг»

_____

ФИО обучающегося

обучающегося ____ курса _____ формы обучения группы _____

Перечень компетенций		Отметка об освоении
Код	Характеристика	

Протокол по оценке результатов освоения ОПОП хранится в номенклатуре дел выпускающей кафедры в течении одного года.

В протоколе заседания государственной экзаменационной комиссии по приему государственного аттестационного испытания (форма протокола приведена ниже) отражаются: перечень заданных обучающемуся вопросов и характеристика ответов на них, мнения председателя и членов государственной экзаменационной комиссии о выявленном в ходе государственного аттестационного испытания уровне подготовленности обучающегося к решению профессиональных задач, а также о выявленных

недостатках в теоретической и практической подготовке обучающегося.

Кроме того, в протоколе заседания государственной экзаменационной комиссии отражаются характеристика ответов на замечания, изложенные в отзыве руководителя выпускной квалификационной работы, а также в рецензии (при наличии рецензии).

Протоколы заседаний комиссий подписываются председателем и секретарем государственной экзаменационной комиссии.

Протоколы заседаний комиссий сшиваются в книги и хранятся в архиве Университета.

После подведения итогов комиссией председатель государственной экзаменационной комиссии объявляет всем присутствующим результаты защиты и сообщает, что защитившемуся присвоена квалификация «бакалавр» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профиля) «Цифровой маркетинг».

Успешное прохождение государственной итоговой аттестации является основанием для выдачи обучающемуся документа об уровне образования и о квалификации образца, установленного Минобрнауки РФ.

При повторном прохождении государственной итоговой аттестации по желанию обучающегося решением организации ему может быть установлена иная тема выпускной квалификационной работы.

Критерии оценки

Результаты государственного аттестационного испытания определяются оценками "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно".

Оценка «отлично»: Содержание и защита выпускной квалификационной работы свидетельствуют о сформированности у выпускника универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в полном объеме. Выпускная квалификационная работа полностью соответствует установленным требованиям, выполнена и представлена на кафедру в надлежащие сроки и оформлена в соответствии с действующими нормативами. Содержание работы отличается актуальностью и практической значимостью. Работа основана на исследовании значительного массива источников и научной литературы. Выводы, сформулированные в работе, соответствуют современному уровню экономического знания.

В ходе защиты выпускной квалификационной работы студент демонстрирует глубокое знание предмета исследования, понимание его места в системе экономических наук, общую эрудицию, сформированные навыки публичной речи и ведения научной дискуссии. Отзывы руководителя и рецензента (при наличии) позитивные, указывают на ответственное отношение студента к работе в процессе ее выполнения, отмечают глубину и научную значимость представленного к защите исследования.

Оценка «хорошо»: Содержание и защита выпускной квалификационной работы свидетельствуют о сформированности у выпускника всех

универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций. Выпускная квалификационная работа соответствует установленным требованиям, выполнена и представлена на кафедру в надлежащие сроки и оформлена в соответствии с действующими нормативами. Содержание работы отличается актуальностью и практической значимостью. Работа основана на исследовании достаточного количества источников и научной литературы. Выводы, сформулированные в работе, соответствуют современному уровню профессиональных знаний. В ходе защиты ВКР студент демонстрирует знание предмета исследования, общую эрудицию, общие навыки публичной речи. Отзывы научного руководителя и рецензента (при наличии) в целом позитивные, однако содержат указания на недостатки в процессе работы над ВКР, при выполнении заданий по освоению компетенций и в ее содержании.

Оценка «удовлетворительно»: Содержание и защита выпускной квалификационной работы свидетельствуют о сформированности у выпускника всех компетенций. Выпускная квалификационная работа, в основном, соответствует установленным требованиям, выполнена и представлена на кафедру в надлежащие сроки и оформлена в соответствии с действующими нормативами.

Содержание работы не отличается существенной актуальностью и практической значимостью. Работа основана на недостаточном для исследования данной темы объеме источников и научной литературы. Выводы, сформулированные в работе, носят вторичный характер. В ходе защиты студент демонстрирует минимальные навыки владения методами публичного выступления и научной дискуссии. Отзывы научного руководителя и рецензента (при наличии) указывают на существенные недостатки в отношении студента к написанию ВКР, выполнению заданий по освоению компетенций при ее выполнении и в содержании работы.

Оценка «неудовлетворительно»: Содержание и защита выпускной квалификационной работы свидетельствуют об отсутствии у выпускника профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС ВО. Выпускная квалификационная работа не соответствует установленным требованиям, выполнена и представлена на кафедру с нарушением действующих нормативов времени и оформления текста. Содержание работы не имеет научной новизны и практической значимости, изложение материала имеет реферативный характер. Объем исследованных источников и научной литературы меньше допустимого минимума. В ходе защиты студент демонстрирует отсутствие навыков публичной речи и научной дискуссии. Отзывы научного руководителя и рецензента (при наличии) отрицательные или указывают на существенные недостатки в работе.

При выставлении оценки, особенно «неудовлетворительно», ГЭК объясняет студенту недостатки его ответа.

Таблица 5

Шкала оценивания результатов защиты выпускной квалификационной работы

Оценки	Уровень освоения компетенций
отлично	компетенция освоена
хорошо	
удовлетворительно	
неудовлетворительно	компетенция не освоена

2.7. Перечень рекомендуемой литературы для подготовки и выполнения выпускной квалификационной работы

2.7.1. Перечень электронных учебников

Инновационный менеджмент	http://cdo.bukep.ru/close/store/books/%7BE0AE96F1-9DBD-4016-B08C-8FA9490E65FB%7D/index.htm
Исследование систем управления	http://cdo.bukep.ru/close/store/books/%7B5F1DD12E-C2D5-4CA6-8520-5E0F69904C64%7D/index.htm
Мотивация трудовой деятельности	http://cdo.bukep.ru/close/store/books/%7B1CE44DC7-FA5D-48AF-948F-DE58393F6265%7D/index.htm
Организационная культура	http://cdo.bukep.ru/close/store/books/%7B4EF349FF-396D-4959-A727-3F2402CD0D14%7D/index.htm
Организационное поведение	http://cdo.bukep.ru/close/store/books/%7B574375A6-1C08-4DB7-BC48-9F1ED3BE1773%7D/index.htm
Основы менеджмента	http://cdo.bukep.ru/close/store/books/%7BE3EA7BBA-B8DA-4CCF-9BF9-C39FC3B62E1A%7D/index.htm
Управление персоналом	http://cdo.bukep.ru/close/store/books/%7B8F533B8E-1345-496E-841E-73AFBB142191%7D/index.htm
Управление социальным развитием организации	http://cdo.bukep.ru/close/store/books/%7BA84042AD-1CCB-416B-B812-81C04AC63592%7D/index.htm
Стратегический менеджмент	http://cdo.bukep.ru/close/store/books/%7B2B1B8A3B-1A80-4AA9-BE56-F76BE2B7D5EA%7D/index.htm
Теория организации	http://cdo.bukep.ru/close/store/books/%7B0BA6B01D-FBB3-4ED8-9BDD-2917988687FF%7D/index.htm
Управленческие решения	http://cdo.bukep.ru/close/store/books/%7BEC408537-D416-4D70-855E-986BF338EA69%7D/index.htm
Управленческое консультирование	http://cdo.bukep.ru/close/store/books/%7B8519CAF5-4BDA-46D8-A872-3C6B56BF04CC%7D/index.htm
Маркетинговые исследования	http://cdo.bukep.ru/close/store/books/%7BD3FAF1C0-C886-4D9C-BB86-60F46A4A6A83%7D/index.htm

2.7.2. Перечень электронных ресурсов

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 352 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573342

2. Андросова, И. В., Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / И. В. Андросова, Е. С. Симоненко, А. Ю. Анисимов, Е. П. Грабская. — Москва : КноРус, 2023. — 302 с. — ISBN 978-5-406-09854-7. — URL:

https://book.ru/book/947059. — Текст : электронный.

3. Анисимова, Н. А., Планирование и анализ маркетинга : учебное пособие / Н. А. Анисимова, Т. И. Смотрова. — Москва : Русайнс, 2023. — 180 с. — ISBN 978-5-466-02227-8. — URL: https://book.ru/book/947582. — Текст : электронный.

4. Балдин, К. В. Управленческие решения : учебник / К. В. Балдин, С. Н. Воробьев, В. Б. Уткин. – 9-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 495 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573213

5. Баскакова, О. В. Экономика предприятия (организации) : учебник / О. В. Баскакова, Л. Ф. Сейко. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 370 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496094

6. Белый, Е.М. Экономика предприятия : учебное пособие / Белый Е.М., Алексеев Ю.С., Байгулова А.А., Зимина Л.Ю. — Москва : Русайнс, 2017. — 172 с. — ISBN 978-5-4365-1087-3. — URL: https://book.ru/book/921377

7. Беляев, В. И., Маркетинг (с практикумом) : учебник / В. И. Беляев, М. М. Бутакова, О. Н. Пяткова, ; под ред. В. И. Беляева. — Москва : КноРус, 2023. — 659 с. — ISBN 978-5-406-11778-1. — URL: https://book.ru/book/949669. — Текст : электронный.

8. Беляев, В. И., Маркетинг: основы теории и практики : учебник / В. И. Беляев. — Москва : КноРус, 2023. — 676 с. — ISBN 978-5-406-11078-2. — URL: https://book.ru/book/947719. — Текст : электронный.

9. Беляев, В. И., Основы маркетинга сферы услуг : учебник / В. И. Беляев, М. М. Бутакова, Е. В. Бутакова, О. Н. Пяткова. — Москва : КноРус, 2022. — 215 с. — ISBN 978-5-406-09516-4. — URL: https://book.ru/book/943172. — Текст : электронный.

10. Бронникова, Т. С., Маркетинг: теория, методика, практика : учебное пособие / Т. С. Бронникова. — Москва : КноРус, 2023. — 208 с. — ISBN 978-5-406-11151-2. — URL: https://book.ru/book/948686. — Текст : электронный.

11. Виноградова, Т. Г. Управление маркетингом : учебное пособие / Т. Г. Виноградова, Я. И. Семилетова ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 81 с. : схем., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494537 . – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

12. Годин, А. М. Маркетинг: учебник для бакалавров / А. М. Годин. – 12-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 656 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02540-2. – Текст : электронный.

13. Дубровин, И. А. Поведение потребителей : учебное пособие / И. А. Дубровин. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 312 с. : ил – Режим

доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112216

14. Загорская, Л. М. Маркетинг услуг : учебное пособие : [16+] / Л. М. Загорская, В. А. Назаркина ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 130 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576584

15. Захарова, И. В., Маркетинг : учебное пособие / И. В. Захарова. — Москва : КноРус, 2023. — 202 с. — ISBN 978-5-406-10761-4. — URL: https://book.ru/book/947117. — Текст : электронный.

16. Инновационные технологии в маркетинге : учебник / Н. Н. Никулина, С. В. Березина, А. А. Борочкин [и др.] ; под общ. ред. Н. Н. Никулиной. — Москва : Русайнс, 2023. — 426 с. — ISBN 978-5-466-02209-4. — URL: https://book.ru/book/947435. — Текст : электронный.

17. Казюлина, Н. Н., Event - маркетинг : учебное пособие / Н. Н. Казюлина, С. М. Сакович. — Москва : Русайнс, 2023. — 65 с. — ISBN 978-5-466-01828-8. — URL: https://book.ru/book/946802. — Текст : электронный.

18. Калужский, М. Л. Маркетинг : учебник : [16+] / М. Л. Калужский. – Изд. 2-е. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 217 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598991. – ISBN 978-5-4499-1657-0. – DOI 10.23681/598991. – Текст : электронный.

19. Калужский, М. Л. Маркетинг: учебник для вузов / М. Л. Калужский. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 217 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473029 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9443-5. – DOI 10.23681/473029. – Текст : электронный.

20. Ким, С. А. Маркетинг : учебник / С. А. Ким. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 258 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573437 . – Библиогр.: с. 254 - 255. – ISBN 978-5-394-03200-4. – Текст : электронный.

21. Клименко, Л. В. Маркетинг в сфере услуг : учебное пособие : [16+] / Л. В. Клименко ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2019. – 111 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577773

22. Лужнова, Н. В. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие / Н. В. Лужнова ; Оренбургский государственный университет. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2016. – 141 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481768

23. Люханова, С. В. Принятие управленческих решений : учебное пособие : [16+] / С. В. Люханова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 145 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612640

24. Маркетинг : учебник / Т. Н. Парамонова, С. А. Калугина, В. М.

Комаров [и др.] ; под ред. Т. Н. Парамоновой. — Москва : КноРус, 2022. — 358 с. — ISBN 978-5-406-09978-0. — URL: https://book.ru/book/944585. — Текст : электронный.

25. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник : [16+] / А. Л. Абаев, В. А. Алексунин, М. Т. Гуриева и др. ; под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. – 3-е изд., перераб. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 433 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600314 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04185-3. – Текст : электронный.

26. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник : [16+] / В. Т. Гришина, Л. А. Дробышева, Т. Л. Дашкова и др. ; под ред. Ю. В. Морозова, В. Т. Гришиной. – 9-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 446 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02263-0. – Текст : электронный.

27. Маркетинг и исследование региональных рынков : учебное пособие / А. Н. Столярова, В. В. Безпалов, С. А. Лочан [и др.]. — Москва : Русайнс, 2023. — 103 с. — ISBN 978-5-466-03234-5. — URL: https://book.ru/book/949795. — Текст : электронный.

28. Маслова, Е. Л. Менеджмент : учебник / Е. Л. Маслова. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 333 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573337

29. Меликян, О. М. Поведение потребителей : учебник / О. М. Меликян. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 280 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112324

30. Парамонова, Т. Н., Маркетинг : учебное пособие / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк. — Москва : КноРус, 2023. — 189 с. — ISBN 978-5-406-11195-6. — URL: https://book.ru/book/948323. — Текст : электронный.

31. Понуждаев, Э. А. Основы менеджмента: учебное пособие (курс лекций, практикум, тесты) : [16+] / Э. А. Понуждаев, М. Э. Семенова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 404 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618660

32. Реброва, Н. П. Маркетинговые исследования: теоретические и практические аспекты : [16+] / Н. П. Реброва, Е. А. Лунева. – Москва : Прометей, 2020. – 159 с. : схем., ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612089

33. Репина, О. М. Теория менеджмента : учебное пособие : [16+] / О. М. Репина, Н. Ю. Судакова. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2020. – 206 с. : ил., табл., схем., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615679

34. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°,

2019. – 294 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112211

35. Синицына, О. Н., Маркетинг : учебное пособие / О. Н. Синицына. — Москва : КноРус, 2022. — 210 с. — ISBN 978-5-406-08908-8. — URL: https://book.ru/book/941765. — Текст : электронный.

36. Современный маркетинг: экосистемные подходы, цифровизация и перспективы развития : монография / ; под общ. ред. В. В. Никишкина, Коллектив авторов. — Москва : Русайнс, 2023. — 416 с. — ISBN 978-5-466-03978-8. — URL: https://book.ru/book/950732. — Текст : электронный.

37. Столярова, И. Ю. Менеджмент: для студентов всех форм обучения направлений подготовки 38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент» : [16+] / И. Ю. Столярова ; Сочинский государственный университет. – Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. – 82 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618365

38. Твердохлебова, М. Д., Интернет-маркетинг : учебник / М. Д. Твердохлебова. — Москва : КноРус, 2023. — 190 с. — ISBN 978-5-406-11732-3. — URL: https://book.ru/book/949723. — Текст : электронный.

39. Твердохлебова, М. Д., Интернет-маркетинг : учебник / М. Д. Твердохлебова. — Москва : КноРус, 2023. — 190 с. — ISBN 978-5-406-11098-0. — URL: https://book.ru/book/947409. — Текст : электронный.

40. Титова, В. А. Управление маркетингом : учебное пособие / В. А. Титова, М. Е. Цой, Е. В. Мамонова ; Новосибирский государственный технический университет. – 2-е изд., перераб. и доп. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2013. – 468 с. : табл., граф., схем., ил. – (Учебники НГТУ). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436286 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7782-2071-3. – Текст : электронный.

41. Федорова, А.В. Теория организации и организационное проектирование : учебное пособие / Федорова А.В. — Москва : КноРус, 2020. — 238 с. — ISBN 978-5-406-00139-4. — URL: https://book.ru/book/933942

42. Цахаев, Р. К. Маркетинг : учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 550 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573172 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03478-7. – Текст : электронный.

43. Цифровая трансформация экономики России: траектория развития / Н. Г. Кузнецов, Т. В. Панасенкова, О. В. Губарь, Н. И. Чернышева ; ред. Н. Г. Кузнецов, Н. Г. Вовченко ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2019. – 319 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567638

44. Цифровой маркетинг : учебник / Д. В. Загулова, О. В. Гончарова, Н. Н. Грибок [и др.] ; под ред. Д. В. Загуловой, А. В. Аверина. — Москва : КноРус, 2023. — 485 с. — ISBN 978-5-406-11383-7. — URL:

https://book.ru/book/949340. — Текст : электронный.

45. Цой, М. Е. Маркетинговые исследования : учебное пособие : в 3 частях : [16+] / М. Е. Цой, В. Ю. Щеколдин ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. – Ч. 1. Направления и методы маркетинговых исследований. – 67 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575338

46. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 486 с. : ил – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112200

47. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф. И. Шарков. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 324 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042

48. Экономика предприятий торговли и общественного питания : учебное пособие / Егорова Н.Р., Тарасова В.В., Трофимова Л.И., Хламова Т.А., Николаева Т.И. — Москва : КноРус, 2021. — 400 с. — ISBN 978-5-406-08693-3. — URL: https://book.ru/book/940483

2.7.3. Перечень литературы, имеющейся в библиотеке университета

1. Агаева, А. Н. Маркетинговое консультирование [Текст] : учебное пособие для студентов направления подготовки бакалавриата "Менеджмент", а также слушателей программ ДПО / А. Н. Агаева ; АНО ВО "Белгородский университет кооперации, экономики и права". - Белгород : Изд-во БУКЭП, 2022. - 200 с.

2. Агаева,А.Н.Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст] : учеб. пособие для студентов спец. "Маркетинг" и направления подготовки "Менеджмент" профиль "Маркетинг" / А. Н. Агаева, А. А. Клименко . - Белгород : Изд-во БУКЭП, 2013. - 256 с.

3. Виханский , О. С. Менеджмент [Текст] : учеб. / О. С. Виханский , А. И. Наумов . - 6-е изд. перераб.и доп. - М. : Магистр: ИНФРА-М, 2017. - 656 с.

4. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция [Текст] : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов ; Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - М. : Юрайт, 2017. - 364 с.

5. Галицкий , Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика [Текст] : учеб. для вузов / Е. Б. Галицкий , Е. Г. Галицкая ; Высшая школа экономики. Нац. исслед. ун-т. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2016. - 571 с.

6. Глаз, В. Н. Маркетинг [Текст] : практикум для студентов направления подгот. 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.01 "Экономика", 09.03.03 "Прикладная информатика" / В. Н. Глаз, П. В. Черепов ; АНО ВО "Белгородский ун-т кооперации, экономики и права", Ставропольский ин-т кооп. (филиал). - Ставрополь : [б. и.], 2017. - 82 с

7. Голубкова, Е. Н.Интегрированные маркетинговые коммуникации [Текст] : учеб. и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Голубкова ; Российский экономический ун-т им. Г.В. Плеханова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2016. - 345 с.

8. Гришина, В.Т. Маркетинговые исследования [Текст] : практикум / В. Т. Гришина. - М. : Вузовский учеб.: ИНФРА-М, 2015. - 58 с.

9. Гришкова, Н. С. Маркетинг [Текст] : учеб. пособие для студентов всех направлений подгот. бакалавриата / Н. С. Гришкова, Д. Н. Немыкин, Р. Н. Нагапетьянц. - Белгород : Изд-во БУКЭП, 2018. - 265 с.

10. Драганчук, Л. С. Поведение потребителей [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов / Л. С. Драганчук. - М. : Инфра-М, 2018. - 192 с.

11. Дубровин, И. А.Маркетинговые коммуникации [Текст] : учеб. / И. А. Дубровин. - 3-е изд. - М. : Дашков и К, 2012. - 578 с.

12. Интернет-маркетинг [Текст] : учебник для вузов / под общ.ред. О.Н. Жильцовой. - 2-е изд. перераб.и доп. - Москва : Юрайт, 2021. - 335 с.

13. Информационные технологии в менеджменте : учеб. пособие для студентов направления подгот. бакалавриата 38.03.02 "Менеджмент", 38.03.04 "Государственное и муниципальное управление", 38.03.05 "Бизнес-информатика" / Г. Г. Шушляпина Белгород : Изд-во БУКЭП, 2016 - 184с.

14. Командообразование: учебное пособие [для студентов всех специальностей высшего образования, а также слушателей программ дополнительного профессионального образования и программ профессиональной переподготовки] / Ю. А. Мозговая, М. Е. Ледовская, И. И. Ледовская ; АНО ВО "Белгородский университет кооперации, экономики и права". - 3-е изд., изм. и доп. - Белгород : Изд-во БУКЭП, 2021. - 163 с.

15. Коротков, А. В.Маркетинговые исследования [Текст] : учеб. для бакалавров / А. В. Коротков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2012. - 592 с.

16. Котлер, Филип Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому: технологии продвижения в интернете [Текст] / Филип Котлер, Хермаван Картаджайя, Айван Сетиаван. - Москва : Эксмо, 2021. - 224 с.

17. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст] : учеб. / под ред. В.А. Алексунина. - М. : Маркетинг, 2001. - 516 с.

18. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / [Н. А. Нагапетьянц, Е. В. Исаенко, Р. Н. Нагапетьянц] ; под общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Вузовский учеб. : Инфра-М, 2013. - 282 с

19. Международный маркетинг [Текст] : учеб. пособие для вузов / под общ. ред. Н. А. Нагапетьянца. - М. : Вузовский учеб. : Инфра-М, 2012. - 292 с.

20. Мельник, М. В. Маркетинговый анализ [Текст] : учеб. для вузов / М. В. Мельник, С. Е. Егорова. - М. : Рид Групп, 2011. - 384 с.

21. Методы оптимальных решений : учеб. пособие / В. К. Сучков- Белгород : Изд-во БУКЭП, 2015 - 142с.

22. Наумов, В. Н. Маркетинг [Текст] : учеб. для студ. вузов / В. Н. Наумов. - М. : Инфра-М, 2016. - 320 с.

23. Организационное проектирование : учебное пособие для студентов направлений подготовки бакалавриата "Государственное и муниципальное управление", "Менеджмент", а также слушателей программ дополнительного профессионального образования / Ю. А. Чичерин. - Белгород : Изд-во БУКЭП, 2018. - 156 с.

24. Организационное проектирование : учебное пособие для студентов направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент" / В. Н. Глаз, Ю. А. Глаз, П. В. Черепов ; АНО ВО "Белгородский университет кооперации, экономики и права", Ставропольский институт кооперации (филиал). - Ставрополь : Ставропольский институт кооперации (филиал) БУКЭП, 2020. - 162 с.

25. Пономарева, Е. А. Бренд-менеджмент [Текст] : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарева. - 2-е изд. перераб.и доп. - Москва : Юрайт, 2021. - 341 с.

26. Роздольская, И. В. Инновационные маркетинговые коммуникации [Текст] : учебное пособие / И. В. Роздольская, Ю. А. Мозговая ; АНО ВО "Белгородский университет кооперации, экономики и права". - Белгород : Изд-во БУКЭП, 2021. - 264 с.

27. Роздольская, И. В. Интернет-маркетинг [Текст] : учебное пособие : для студентов направления подготовки бакалавриата "Менеджмент" / И. В. Роздольская, Ю. А. Мозговая ; АНО ВО "Белгородский университет кооперации, экономики и права". - Белгород : Изд-во БУКЭП, 2021. - 294 с.

28. Роздольская, И. В. Маркетинг услуг [Текст] : учебное пособие : для студентов направления подготовки бакалавриата "Менеджмент" / И. В. Роздольская, Ю. А. Мозговая ; АНО ВО "Белгородский университет кооперации, экономики и права". - Белгород : Изд-во БУКЭП, 2021. - 192 с.

29. Роздольская, И. В. Методы исследований в управлении [Текст] : учеб. пособие для студентов / И. В. Роздольская, Д. Н. Немыкин. - Белгород : Изд-во БУКЭП, 2018. - 256 с.

30. Роздольская, И. В. Теория менеджмента (история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение) [Текст] : учеб. наглядное пособие для занятий лекционного типа студентов направления подгот. бакалавриата "Менеджмент", а также слушателей программ ДПО / И. В. Роздольская, М. Е. Ледовская. - Белгород : Изд-во БУКЭП, 2017. - 203 с.

31. Роздольская, И. В. Маркетинговые коммуникации [Текст] : учебное пособие : для студентов направления подготовки бакалавриата "Менеджмент" / И. В. Роздольская, Ю. А. Мозговая ; АНО ВО "Белгородский университет кооперации, экономики и права". - Белгород : Изд-во БУКЭП, 2021. - 177 с.

32. Рубчинский, А. А. Методы и модели принятия управленческих решений [Текст] : учеб. и практикум для академического бакалавриата / А. А. Рубчинский ; Национальный исследовательский ун-т "Высшая шк. экономики", Международный ун-т природы, общества и человека "Дубна". - М. : Юрайт, 2016. - 527 с.

33. Теория и практика принятия управленческих решений [Текст] :

учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. И. Бусов [и др.] ; ред. В. И. Бусов ; Гос. ун-т управления. - М. : Юрайт, 2015. - 280 с.

34. Угрюмова, Н. В. Теория организации и организационное поведение: учебник для бакалавров и специалистов / Н. В. Угрюмова, А. О. Блинов ; Финансовый университет при Правительстве РФ. - СПб. : Питер, 2018. - 288 с.

35. Чалова, А. А. Маркетинг [Текст] : учеб. пособие / А. А. Чалова, И. А. Белозерова, П. В. Черепов ; АНО ВО "Белгородский ун-т кооперации, экономики и права", Ставропольский ин-т кооп. (филиал). - Ставрополь : [б. и.], 2017. - 178 с.

36. Чернышева, А. М. Промышленный (B2B) маркетинг [Текст] : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2021. - 472 с.

37. Шадрина, Г. В. Экономический анализ. Теория и практика : учеб. для бакалавров / Г. В. Шадрина ; Московский гос. ун-т экономики, статистики и информатики. - М. : Юрайт, 2016. - 516 с.

38. Экономика организации [Текст] : учеб. / Н. П. Любушин, Н. Э. Бабичева. - 3-е изд. перераб. - М. : КноРус, 2016. - 326 с.

39. Экономический анализ : учеб. пособие для вузов / под ред.: Н. Б. Акуленко , В. Ю. Гарновой. - М. : Инфра-М, 2017. - 157 с.

40. Яковлева, Л. Р. Исследование поведения потребителей [Текст] : учеб. пособие для студентов всех спец. и направлений подгот. магистратуры, а также слушателям программ ДПО / Л. Р. Яковлева, Т. Л. Скрипченко. - Белгород : Изд-во БУКЭП, 2018. - 303 с.

Программа государственной итоговой аттестации обсуждена и одобрена на заседании кафедры экономики и гуманитарно-социальных дисциплин

Протокол № 1 от 30 августа 2023 года.

Зав. кафедрой экономики и гуманитарно-социальных дисциплин,
к.п.н, доцент В.А. Гречушкин