

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»

Экономический факультет

Кафедра менеджмента и маркетинга



УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

Т.Б. Смирнова Т.Б. Смирнова

«*12*» _____ 2020г

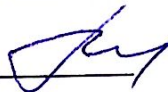
ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

| | |
|--|------------|
| Направление подготовки | Менеджмент |
| Код направления подготовки | 38.04.02 |
| Направленность (профиль подготовки) | Маркетинг |
| Базовая часть | Базовая |

г. Омск – 2020 г.

Программа государственной итоговой аттестации разработана:

К.э.н., доц.



Чернобаева Г.Е.


Д.э.н., проф.



Апенько С.Н.

Программа государственной итоговой аттестации принята решением ученого совета экономического факультета (протокол № 5 от «18» декабря 2020г.)

Декан экономического факультета



Т.Ю. Стукен

1. Место государственной итоговой аттестации в структуре ОПОП

Цели государственной итоговой аттестации проверка знаний, умений, навыков и личностных компетенций, приобретенных выпускником при изучении учебных дисциплин, прохождения практик ОПОП и определение его теоретической и практической подготовленности к выполнению профессиональных задач, в соответствии с требованиями ФГОС ВО и требованиями к результатам освоения ОПОП вуза по направлению «Менеджмент» подготовки магистров.

Государственная итоговая аттестация, завершающая освоение основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», проводится государственными экзаменационными комиссиями в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися основных образовательных программ требованиям федерального государственного образовательного стандарта.

Задачи государственной итоговой аттестации:

- оценка способности и умения выпускников, опираясь на полученные знания, умения и сформированные навыки, самостоятельно решать выявленные проблемы, профессионально излагать собственную точку зрения по профессиональным вопросам, аргументировать и защищать свою точку зрения.
- решение вопроса о присвоении квалификации «магистр» по результатам ГИА и выдаче выпускнику соответствующего диплома о высшем образовании;
- разработка рекомендаций по совершенствованию подготовки выпускников на основании результатов работы государственной экзаменационной комиссии (ГЭК).

Взаимосвязь с другими дисциплинами

Подготовка магистранта имеет многоцелевой, междисциплинарный характер. Квалификационные возможности выпускника приобретаются в результате обучения, включающего общую и специальную подготовку. Содержание государственной итоговой аттестации базируется на компетенциях, сформированных при изучении дисциплин, при прохождении практик.

2. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы у выпускника должны быть сформированы следующие компетенции:

- общекультурные компетенции ОК-1-3;
 - ОК-1 способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу.
 - ОК-2 готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.
 - ОК-3 готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала.
- общепрофессиональные компетенции ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3;
 - ОПК-1 готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности.
 - ОПК-2 готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.
 - ОПК-3 способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования.
- профессиональные компетенции ПК-1-9;

- ПК-1 способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.
- ПК-2 способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию.
- ПК-3 способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач.
- ПК-4 способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.
- ПК-5 владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
- ПК-6 способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями.
- ПК-7 способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада.
- ПК-8 способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.
- ПК-9 способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.
- профессиональные компетенции дополнительные ПКД-1 -4.
 - ПКД-1 способность интегрировать маркетинговую концепцию управления в деятельность хозяйствующих субъектов с учетом тенденций развития маркетинга, обосновывать и разрабатывать маркетинговые стратегии во взаимосвязи с общими целевыми ориентирами хозяйствующих субъектов и спецификой отраслей и сфер деятельности.
 - ПКД-2 способность обосновывать, разрабатывать и реализовывать проекты маркетинговых исследований по различным аспектам маркетинга, проектировать системы маркетинговой аналитики, маркетинговые информационные системы хозяйствующих субъектов.
 - ПКД-3 способность разрабатывать и реализовывать операционный комплекс маркетинга и его инструментарий; оценивать целесообразность и результативность маркетинговой деятельности.
 - ПКД-4 способность решать управленческие задачи, связанные с операциями международного маркетинга и осуществления внешнеэкономической деятельности.

3. Структура и содержание государственной итоговой аттестации

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент в блок «Государственная итоговая аттестация» входит:

- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена;
- защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты.

Объем ГИА в зачетных единицах и в часах

| Наименование | Семестр | Общая трудоемкость ГИА | |
|---|---------|------------------------|---------|
| | | в З.Е. | в часах |
| Государственный экзамен (подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена) | 6 | 1 | 36 |
| Защита выпускной квалификационной работы (включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты) | 6 | 8 | 288 |

3.1 Программа государственного экзамена

3.1.1 Перечень вопросов к государственному экзамену:

Методология научных исследований

Функции научного исследования. Научно-исследовательский цикл.

Содержание функций научного исследования. Структура научно-исследовательского цикла. Описание, объяснение, понимание, диагностика, прогноз и принятие решения.

Алгоритм проведения научного исследования.

Выбор темы научного исследования. Постановка целей и задач. Формулировка проблемы. Объект и предмет исследования. Прогноз ожидаемых результатов. Выработка гипотез и их верификация. Разработка теории. Требования к оформлению научных результатов.

Технологии формирования стратегий бизнеса

Стратегический анализ в системе управления

Сущность стратегического анализа. Эволюция концепций и моделей стратегического анализа. Роль и место стратегического анализа в процессе разработки корпоративной стратегии, программ организационного развития и изменений. Методы стратегического анализа в ходе проведения глобальных и локальных исследований части в сети интернет. Использование результатов стратегического анализа в процессе разработки корпоративной стратегии, программ организационного развития и изменений.

Анализ внешней среды компании

Факторы макросреды компании. Анализ отрасли и ее конкурентной среды. Методы стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде. Оценка конкурентов и анализ рыночных сегментов. Конкуренция: различное понимание сущности. Пятифакторная модель анализа конкуренции М.Портера. Оценка возможных действий конкурентов. Ключевые факторы успеха (КФУ) в конкурентной борьбе.

Анализ ресурсов и конкурентных возможностей компании

Анализ внутренней среды компании. Оценка эффективности действующей стратегии. Ресурсы организации. Бизнес-компетенции компании. Ключевая/относительная компетенция. Ресурсы и возможности компании. Тест ЦРНН (ценность, редкость, неповторимость, незаменимость). SWOT-анализ. Конкурентные активы и конкурентные недостатки (сильные и слабые стороны). Потенциальные рыночные возможности и внешние угрозы. Правила проведения и ограничения SWOT-анализа.

Методы исследования в менеджменте

Цели, задачи и содержание исследований в менеджменте

Управленческие проблемы и необходимость их исследования. Функциональная роль исследований в решении задач организации и менеджмента. Классификация исследований. Количественные и качественные исследования в менеджменте. Специфика исследований в менеджменте. Современное состояние практики бизнес-исследований.

Процесс исследования в менеджменте

Постановка исследовательских вопросов. Нахождение теоретической основы. Формулирование исследовательских гипотез. Выбор дизайна исследования. Выбор метода(ов) сбора данных. Выбор метода(ов) анализа данных. Интерпретация результатов. Составление отчета о результатах

Эксперименты в менеджменте

Понятие и назначение эксперимента в менеджменте. Особенности организации эксперимента в менеджменте. Виды эксперимента: лабораторные и полевые эксперименты. Дизайн эксперимента. Валидность результатов эксперимента и способы ее повышения.

Кейс-стади – метод глубинного исследования в менеджменте

Понятие, цели и назначение кейс-стадии как метода исследования. Объекты кейс-стадии. Методология кейс-стадии: множественность методов и источников данных. Дизайн кейс-стадии: within-case и cross-case анализ. Методология обзора кейс-стадии. Надежность и валидность кейс-стадии.

Исследование действием в менеджменте

Понятие, основные характеристики, особенности исследования действием. Общая схема проведения исследования действием. Проблемы, связанные с проведением исследования действием. Возможные модификации исследования действием.

Управление изменениями и организационным развитием

Изменения в организациях: понятие, виды, причины

Изменения в организации. Две стороны изменений: содержание изменений и процесс реализации изменений. Причины изменений. Изменения в технологии, товарах и услугах, стратегиях и структурах, культуре; их взаимосвязь. Эволюционные и революционные, кумулятивные и дискретные, инкрементальные и радикальные изменения. Навязанные, плановые, спонтанные изменения.

Подходы к управлению изменениями

Изменения «сверху-вниз», «снизу-вверх», экспертные. Основные модели управления организационными изменениями: ключевые тезисы и задачи: универалистские модели: запланированных изменений, развивающихся изменений, самоорганизации; ситуационные модели.

Модели управления запланированными изменениями.

Изменения как плановый процесс. Модель «Размораживание – изменение – замораживание» К. Левина. Алгоритм Дж. Коттера. Итерационная модель запланированных изменений. Современные модели запланированных изменений.

Управление проектами, программами и портфелями в отраслях и сферах деятельности

Методология управления проектами

Понятие методологии управления проектами. Виды методологий управления проектами: каскадная, Agile. Базовые методологии и стандарты: ISO 21500. ICV - IPMA Competence Baseline. Project Management Body of Knowledge (PMBOK), PMI. НТК-СОВНЕТ. Корпоративная методология управления проектами: корпоративный стандарт, регламенты, процедуры, методики.

Процессы управления проектами

Управленческий цикл в управлении проектами. Инициация проекта. Планирование проекта. Организация и контроль выполнения проекта. Анализ и регулирование выполнения проекта. Закрытие проекта. Функциональные области управления проектами

Организационное управление проектами

Роль проектно-ориентированного управления в деятельности современной компании. Организационное управление проектами: понятие и преимущества. Управление бизнесом компании как проектом. Управление компанией как портфелем проектов. Корпоративная система управления проектами: понятие и структура.

Финансовый анализ (продвинутый уровень)

Финансовый анализ как инструмент принятия управленческих решений в выработки стратегии развития компании

Финансовый анализ деятельности организации: сущность, цели, задачи, особенности. Роль финансового анализа в управлении деятельностью организации. Факторы, определяющие финансовое состояние предприятия. Понятие бухгалтерской отчетности, как информационной базы для финансового анализа.

Анализ финансовой устойчивости компании Классификация видов устойчивости

Значение финансовой устойчивости. Классификация факторов, оказывающих влияние на финансовую устойчивость компании. Основные направления анализа финансовой устойчивости. Абсолютные показатели финансовой устойчивости компании – показатели, характеризующие степень обеспеченности запасов и затрат источниками их формирования. Типы финансовой устойчивости. Анализ структуры капитала, выявление рациональности соотношения собственных и заемных средств.

Поведение потребителей

Процесс принятия решения потребителями

Типы ситуаций в принятии покупательских решений и их значение. Этапы процесса принятия решения о покупке: осознание потребности, информационный поиск, оценка альтернатив до покупки, покупка, потребление, оценка альтернатив после покупки, избавление/отказ от использования. Типы потребительских решений по критерию сложности проблемы: привычные, ограниченные, расширенные решения. Импульсивная покупка. Фактор вовлеченности потребителя в процесс принятия решения о покупке.

Организационное покупательское поведение

Характеристика организаций-потребителей. Основные различия между организациями-потребителями и конечными потребителями. Виды организаций-потребителей. Особенности организаций-потребителей. Цели организаций-потребителей. Деловой и потребительский рынки. Типы деловых закупок. Комплектные закупки и поставки. Участники процесса деловых закупок. Процесс принятия решений в организациях-потребителях. Типы закупочных процессов. Стадии процесса покупки. Институциональный и государственный рынки.

Управление маркетингом

Управление маркетингом на корпоративном уровне

Понятие управления маркетингом на корпоративном уровне. Сущность и задачи управления маркетингом на корпоративном уровне. Концепции управления маркетингом на корпоративном уровне. Особенности выбора вида стратегии для различных фирм. Управление вертикальными и горизонтальными маркетинговыми системами. Риск на различных этапах маркетингового цикла. Понятие управления рисками в маркетинге.

Управление маркетингом на функциональном уровне

Понятие управления маркетингом на функциональном уровне. Сущность, цели и задачи управления маркетингом на функциональном уровне. Субъект и объект управления маркетингом. Функции управления маркетингом: планирование маркетинга, организация, мотивация, учет и контроль.

Управление маркетингом на инструментальном уровне

Понятие управления маркетингом на инструментальном уровне. Сущность и задачи управления маркетингом на инструментальном уровне. Концепции управления маркетингом на инструментальном уровне. Выбор целевых сегментов рынка. Управление разработкой товара и этапами жизненного цикла товара. Управление брендингом. Управление ценой. Управление сбытом и каналами товародвижения. Управление персоналом торгово-сбытовой фирмы. Управление продвижением товара и коммуникационными маркетинговыми средствами. Разработка комплекса маркетинга.

Интернет-маркетинг

Стратегия интернет-маркетинга компании

Электронный маркетинг компании: интернет-маркетинг, CRM-системы, IP-телефония, мобильный маркетинг, BI-системы. Формирование матрицы бизнес-целей компании в системе on-line + off-line.

Контент и продвижение

Каналы интернет-маркетинга. Медийная реклама. Контекстная и таргетированная реклама. SEO продвижение. Контент-маркетинг. SMM. Онлайн и мобильные коммуникации в маркетинге.

Анализ эффективности маркетинга в интернете

Исследования и аналитика: аудитории, конкурентов, продукта. Оценка эффективности обслуживания текущих клиентов.

Международный маркетинг

Маркетинговые стратегии компании на международном рынке

Конкурентные преимущества и маркетинговая стратегия международного бизнеса. Основные стратегические альтернативы компаний на международных рынках. Определение основных элементов международной стратегии. Разработка маркетинговой международной стратегии.

Особенности международного маркетинга

Роль и задачи международного маркетинга. Основные инструменты международного маркетинга. Особенности организации международного маркетинга.

Интегрированные маркетинговые коммуникации

Маркетинговые исследования в области коммуникаций.

Цели, задачи и основные направления маркетинговых исследований в области маркетинговых коммуникаций. Методы определения эффективности коммуникационного процесса. Логика маркетинговых исследований при разработке программы маркетинговых коммуникаций.

Планирование комплекса маркетинговых коммуникаций.

Последовательность разработки комплекса. Виды целей комплекса маркетинговых коммуникаций. Факторы, влияющие на процесс формирования комплекса маркетинговых коммуникаций. Методы формирования коммуникационного бюджета. Проблемы оценки эффективности маркетинговых коммуникаций.

Стимулирование сбыта как инструмент маркетинговых коммуникаций.

Цели и задачи стимулирования сбыта и их зависимость от целевых аудиторий. Средства стимулирования. Планирование программы стимулирования на основе принципов коммуникационной интеграции.

Связи с общественностью как инструмент маркетинговых коммуникаций.

Сущность PR как инструмента маркетинговых коммуникаций. Основные группы общественности их характеристики. Особенности коммуникационного воздействия на каждую группу. Лоббирование и его роль в системе PR.

Направления интеграции маркетинговых коммуникаций.

Сущность и значимость интеграции маркетинговых коммуникаций. Интеграция средств (маркетингового и коммуникационного набора). Интеграция аудиторий. Центростремительная интеграция. Конкурентная интеграция. Финансовая интеграция. Креативная интеграция. Согласование разноуровневых стратегий и целей. Согласование коммуникаций подразделений организации. Омниканальный маркетинг.

Создание и выведение на рынок товаров и услуг

Основные этапы процесса разработки новых товаров и услуг

Стратегии развития товара относительно инвестиционных целей. Жизненный цикл новых товаров. Этапы разработки нового товара. Поиск новых идей новых товаров и превращение идеи в товар. Разработка концепции товара. Исследование потребностей,

каналов сбыта и продвижения, конкурентов. Проектирование нового товара. Методы тестирования нового продукта.

Особенности выведения новых товаров и услуг на рынок

Особенности реакции потребителей на новый товар. Диффузия новшеств. Маркетинговые механизмы привлечения новых клиентов.

Современные маркетинговые концепции в бизнесе

Современные тенденции маркетинга

Формирование генеративных ценностей. Омникommункативность воздействия. Власть дистрибьюторов. Сокращение числа конкурентов при росте количества брендов. Сокращение ЖЦТ. Тенденция "замена, а не ремонт". Цифровизация. Рост числа патентов. Сверхфрагментация. Рост числа товарных категорий. Невосприимчивость потребителя. Виртуализация, глобализация и сжатие времени в современном маркетинге.

Математические методы в маркетинге

.Измерение маркетинговой информации. Методы шкалирования.

Понятие об измерении и шкалировании. Типы шкал (номинальная, порядковая, интервальная, относительная). Основные методы шкалирования маркетинговых данных (сравнительное и несравнительное шкалирование). Основные методы сравнительного шкалирования: попарное сравнение; упорядоченное сравнение; шкалирование с постоянной суммой. Основные методы несравнительного шкалирования: шкала Лайкерта; шкала семантического дифференциала; шкала Стэпеля; непрерывная рейтинговая шкала.

Методы формирования выборки. Понятие о репрезентативности.

Генеральная совокупность и выборка. Выборочный метод получения данных. Понятие о репрезентативности. Основные методы формирования выборки: произвольная выборка; поверхностная выборка; выборка по принципу «снежного кома»; квотная выборка; простая случайная выборка SRS; систематическая выборка; стратифицированная выборка; кластерная выборка. Определение объема выборки.

Описательная статистика в количественном анализе данных. Группировка данных.

Цели описательного анализа данных. Основные описательные статистики: среднее, размах, дисперсия и стандартное отклонение; медиана; мода и т.д. Нахождение описательных статистик в Excel. Понятие о структуре данных. Построение сводных таблиц и диаграмм в Excel.

.Проверка гипотез о равенстве средних. Т-тест Стьюдента.

Формулировка гипотезы («нулевой» гипотезы). Результат Т-теста. Выполнение Т-теста в Excel.

Статистическая зависимость между переменными. Корреляция и регрессия.

Понятие корреляции. Линейная корреляция. Коэффициент корреляции Пирсона. Оценка силы корреляционной зависимости. Вычисление коэффициента корреляции Пирсона в Excel. Корреляционная матрица. Построение корреляционной матрицы в Excel. Понятие о регрессии. Линейная и нелинейная регрессия. Нахождение коэффициентов регрессии в Excel. Понятие о величине достоверности аппроксимации R². Использование уравнения регрессии для целей прогнозирования.

Многомерный анализ данных маркетингового исследования. Сущность факторного и кластерного анализа.

Размерность признакового пространства. Многомерный анализ как способ снижения размерности пространства признаков. Особенности проведения многомерного анализа данных. Сущность факторного анализа. Понятие латентного фактора (признака). Сущность кластерного анализа. Понятие о кластеризации факторов (признаков) и кластеризации наблюдений.

3.1.2. Методические рекомендации по подготовке магистрантов к итоговому государственному экзамену

При подготовке к государственному экзамену необходимо:

- продумать содержание экзаменационного вопроса, уточнить круг проблем, требующих раскрытия;
- выработать структуру ответа на вопрос, способствующую его наиболее полному и логичному освещению;
- уделить особое внимание фактологической стороне вопроса и его хронологии;
- определить, какие документы необходимо проанализировать при ответе на данный вопрос;
- выделить (если таковые имеются) дискуссионные проблемы в рамках изучаемого вопроса, определить основных участников дискуссий, особенности их теоретико-методологических подходов к интерпретации данного вопроса, характер аргументации. Не забывайте, что вы недаром так долго изучали различные теоретические дисциплины, попытайтесь применить обретенные знания на практике;

Не опирайтесь при подготовке к экзамену только на материалы курсов лекций и учебных пособий, шире используйте справочную и монографическую литературу. Помните, что знание историографии вопроса всегда является украшением ответа и соответствующим образом вознаграждается.

Разработайте в соответствии с определенной вами структурой краткий план-конспект ответа, включающий основные необходимые для вас сведения, при составлении плана шире используйте ключевые слова.

Начните систематическую подготовку к экзамену не менее чем за месяц до его проведения. На завершающем этапе подготовки повторите ответы, используя план-конспект, при этом стремитесь не столько к механическому запоминанию (хотя кое-что, например, даты, выучить придется), сколько к усвоению логики ответа.

Приступая к ответу непосредственно на экзамене, помните:

- не жертвуйте глубиной и содержательностью ответа ради его объема, одновременно не допускайте незавершенных мыслей и фраз, вынуждающих экзаменатора догадываться, что же вы все-таки хотели сказать, чаще всего он просто предпочтет этого не делать;
- постарайтесь в полной мере продемонстрировать свои аналитические навыки и способности;
- помните, что знание русского языка также является одним из критериев оценки.

3.1.3. Список учебной и научной литературы

Основная литература

Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573342>

Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: учебник. - СПб: Питер, 2012. - 814 с.

Дополнительная литература

Мишин, В.М. Исследование систем управления : учебник / В.М. Мишин. - 2-изд., стер. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 527 с. : табл., граф., схемы - (Профессиональный

учебник: Менеджмент). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01205-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115176>

Кравцова, Е.Д. Логика и методология научных исследований : учебное пособие / Е.Д. Кравцова, А.Н. Городищева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2014. - 168 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-7638-2946-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364559>

Леонова, О.В. Основы научных исследований : Методические рекомендации для практических занятий / О.В. Леонова ; Министерство транспорта Российской Федерации, Московская государственная академия водного транспорта. - Москва : Альтаир-МГАВТ, 2015. - 62 с. : ил., табл., схем. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429860>

Рекомендуемая литература

Фомичев, А.Н. Исследование систем управления : учебник / А.Н. Фомичев. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2015. - 348 с. : табл., схемы - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02324-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=385768>

Кириченко, А.А. Разработка электронного портала (Создание Web-представительства. Контент-инжиниринг) : учебное пособие / А.А. Кириченко. - Москва : Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2005. - 102 с. - ISBN 5-7764-0537-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90731>

Емельянова, Е.А. Стратегический менеджмент : учебное пособие / Е.А. Емельянова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР). - 2-е изд., доп. - Томск : Эль Контент, 2015. - 114 с. : схем., табл. - Библиогр.: с. 104-108. - ISBN 978-5-4332-0255-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480631>

Маркетинг : учебное пособие / О.А. Лебедева, Т.Н. Макарова, Н.А. Скворцова и др. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 125 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-5151-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426545>

Романов, А.А. Маркетинг : учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. - Москва : Дашков и Ко, 2016. - 440 с. - ISBN 978-5-394-01311-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116012>

Минько, Э.В. Маркетинг : учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. : табл., граф., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01223-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714>

Ефимов, А.Б. E-mail маркетинг для интернет-магазина: инструкция по внедрению / А.Б. Ефимов. - Москва : СилаУма-Паблишер, 2015. - 357 с. : табл., ил. - ISBN 978-5-906084-10-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430517>

Мартиросян, К.В. Интернет-технологии : учебное пособие / К.В. Мартиросян, В.В. Мишин ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2015.

- 106 с. : ил. - Библиогр.: с. 98-100. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457443>

Бузин, В.Н. Медиапланирование: теория и практика : учебное пособие / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 492 с. : табл., граф., ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01769-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785>

Лужнова, Н.В. Стратегическое маркетинговое управление : учебник / Н.В. Лужнова, О.М. Калиева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Оренбургский Государственный Университет. - Оренбург : ОГУ, 2017. - 289 с. : табл. - ISBN 978-5-7410-1642-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481776>

3.1.4 Процедура (регламент) проведения государственного экзамена.

Форма проведения итогового государственного экзамена: устная.

Вид контроля знаний, навыков и умений: ответ на вопросы билета.

Описание структуры индивидуального экзаменационного задания

Билет содержит 3 вопроса. Первый вопрос оценивает теоретическую подготовку магистранта в разрезе «знать и иметь представление». Ответ на второй вопрос показывает практические умения магистранта. Третий вопрос связан с «владением компетенциями», поэтому посвящен теме ВКР магистранта. «Открытые» вопросы требуют развернутого объяснения.

Процедура проведения экзамена

Ответы записываются на специальных листах со штампом факультета с указанием наименования экзамена, кода и названия направления подготовки - «Менеджмент». Если Экзамен проводится в устной форме по билетам, которые магистранты выбирают традиционным образом в начале экзамена. Во время экзамена студенты могут пользоваться программой. Время, отводимое на подготовку студента к ответу на поставленные в билете вопросы, должно быть не менее 45 минут после получения билета. В процессе подготовки ответы записываются магистрантом на специальных листах со штампом факультета с указанием наименования экзамена, кода и названия направления подготовки - «Менеджмент» или осуществляется видео/аудио запись ответа магистранта комиссии. Продолжительность опроса студента не должна превышать 30 минут. Обязательными являются дополнительные вопросы по соответствующим тематическим разделам.

Процедура выставления оценок

Оценка выставляется членом ГЭК по каждому вопросу, включенному в билет с учетом дополнительных вопросов. Оценки выставляет каждый член ГЭК. После чего выводится итоговая оценка методом расчета обычной средней величины. Решения ГЭК принимаются на закрытых заседаниях простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании, при обязательном присутствии председателя комиссии или его заместителя. При равном числе голосов председатель комиссии обладает правом решающего голоса

Оценки выставляются и оглашаются после заслушивания всех студентов, заявленных приказом к сдаче ГЭК. Все решения ГЭК оформляются протоколами. Протоколы подписываются председателем и членами комиссий, участвовавшими в голосовании.

Порядок подготовки магистранта к итоговому государственному экзамену

Магистранты обеспечиваются программой экзамена, им создаются необходимые для подготовки условия, проводятся консультации. Содержание и форма проведения консультаций определяется выпускающей кафедрой.

3.2 Требования выпускной квалификационной работе и порядок ее выполнения

3.2.1. Примерная тематика выпускных квалификационных работ

Технология разработки товарной политики некоммерческого предприятия

Разработка ассортиментной политики предприятия, функционирующего на рынке пищевой промышленности.

Управление маркетинговой деятельностью региональных министерств молодежной политики

Технология использования товарного моделирования в социальном предпринимательстве

Технология выведения на рынок высокотехнологичных товаров

Управление комплексом мерчендайзинга на предприятиях сетевой розничной торговли

Управление системой оценки результативности маркетинговой деятельности предприятия

Технология формирования и продвижения регионального бренда на высококонкурентном рынке

Разработка системы управления лояльностью клиентов на рынке финансовых услуг

Разработка образовательных событий-мероприятий как инструмента внешнего маркетинга персонала

Технология разработки комплекса интернет-продвижения организации

Разработка маркетинговой концепции проекта выведения на политический региональный рынок руководителя организации

Технология организации товародвижения как инструмента конкурентной сбытовой стратегии организации

3.2.2. Рекомендации обучающимся по подготовке выпускной квалификационной работы (в т.ч. требования к содержанию, объему и структуре ВКР; допустимая доля заимствований и т.п.)

ВКР выполняется магистрантом самостоятельно под руководством научного руководителя. **Объем заимствований** в ВКР может составлять не более 30%.

ВКР **должна содержать** совокупность результатов и научных положений, выдвигаемых автором для защиты, иметь внутреннее единство, свидетельствовать о способности автора самостоятельно выявлять и формулировать актуальные проблемы, формировать программу научных исследований для решения этих проблем, проводить поиск, сбор, критическую оценку и обработку информации для осуществления научных исследований, проводить научные исследования с использованием современных инструментов (соответствующей области) исследований, использовать полученные результаты для решения конкретных проблем.

ВКР выполняется магистрантом по материалам, собранным им лично за период обучения, выполнения научно-исследовательской работы в семестрах и прохождения научно-исследовательской и производственной практик.

ВКР магистранта должна отличаться от выпускной квалификационной работы бакалавра глубокой теоретической проработкой проблемы. ВКР должна содержать элементы научной новизны. Ее научный уровень всегда должен соответствовать

содержанию программы обучения. Выполнение такой работы должно не столько способствовать решению научной проблемы, сколько служить свидетельством того, что ее автор способен самостоятельно вести научный поиск, видеть профессиональные проблемы и принимать адекватные методы в их решении.

ВКР должна показать умение автора кратко, логично и аргументировано излагать материал, содержать четкую постановку исследуемой проблемы, обоснование ее актуальности, формулировку программы исследований для решения этой проблемы, обзор работ по данной проблематике, анализ подходов разных авторов и изложение собственной точки зрения на изучаемые вопросы, выдвижение новых и оригинальных авторских положений, описание источников используемой информации и критическую их оценку, формулировку исследовательских гипотез, выбор и обоснование используемых методов анализа и моделирования, описание и интерпретацию полученных результатов, выводы и рекомендации, касающиеся практического применения полученных результатов, список используемой литературы.

ВКР ориентирована на проверку теоретических гипотез на практике путем сбора, обработки и обобщения данных (статистических, социологических, маркетинговых), выявление и анализ документов и фактов, разработку конкретных рекомендаций по маркетинговому совершенствованию социально-экономических, управленческих процессов и систем.

ВКР ориентирована на применение научных знаний и методов к решению практически значимых проблем, как правило, в увязке с конкретными условиями места и времени. Таким образом, теория выступает базой (основой) для прикладных исследований. Объектами исследования могут быть предприятия и организации, учреждения различных форм собственности и отраслей экономики, органы государственной исполнительной власти и местного самоуправления.

Особенности содержания ВКР:

а) обоснование актуальной социально-экономической и управленческой проблемы, имеющей решение с помощью маркетингового подхода и инструментария, постановка конкретных целей и задач эмпирического исследования;

б) формирование и развитие теоретической, методологической базы для решения задач эмпирического исследования;

в) характеристика объекта исследования, используемой информации, методов ее сбора и обработки;

г) разработка и реализация собственной программы эмпирического исследования;

д) представление результатов исследования и содержательная интерпретация полученных результатов, их значения для соответствующей отрасли знаний;

е) обоснование и глубокая проработка рекомендаций, направленных на маркетинговое решение актуальной социально-экономической и управленческой проблемы.

Структурно ВКР состоит из:

- титульного листа;
- оглавления;
- введения;
- основной части (3 главы, каждая из которых включает 2-3 параграфа);
- заключения;
- библиографического списка;
- приложений.

Изложение материала в ВКР должно быть последовательным и логичным. Все разделы (главы и параграфы) должны быть связаны между собой. Особое внимание следует обращать на логические переходы от одной главы к другой, от параграфа к параграфу, а внутри параграфа от вопроса к вопросу.

Изложение материала в ВКР должно быть конкретным, при этом важно не просто описание, а критический разбор и анализ полученных данных.

Введение - очень ответственная часть ВКР, она должна ориентировать читателя в дальнейшем раскрытии темы. Во введении к ВКР: обосновываются актуальность выбранной темы, цель и содержание поставленных задач; формулируются объект и предмет исследования; указывается избранный метод (или методы) исследования; сообщается, в чем заключаются научная новизна, теоретическая значимость и прикладная ценность полученных результатов; отмечаются положения, которые выносятся на защиту.

Структура и тематика глав основной части полностью определяется проводимым исследованием.

Чаще всего **первая глава** носит теоретический характер. В ней описывается необходимый понятийный аппарат, делается обзор литературы по теориям, необходимым для решения проблемы. При описании понятийного аппарата не следует стремиться к обязательной выработке собственных определений известных уже понятий. Если понятия определены до вас, то разумно использовать уже известные определения.

Вместе с тем, требованием к ВКР является наличие элементов новизны: научной, практической, учебно-методической. Научная новизна применительно к самой ВКР - это признак, наличие которого дает право на использование понятия «впервые» при характеристике полученных результатов и проведенного исследования в целом. Понятие «впервые» означает в науке факт отсутствия подобных результатов. Впервые может проводиться исследование на оригинальные темы, которые ранее не исследовались в той или иной отрасли научного знания. Для большого количества наук научная новизна проявляется в наличии теоретических положений, которые впервые сформулированы и содержательно обоснованы, методических рекомендаций, которые внедрены (или могут быть внедрены) в практику и способны оказать существенное влияние на достижение новых социально-экономических результатов. Новыми могут быть только те положения ВКР исследования, которые способствуют дальнейшему развитию науки в целом или отдельных ее направлений.

Особое внимание следует уделить и структурированию информации по проблеме. Должен быть изложен личный взгляд автора на теоретические конструкции, необходимые для решения проблемы. В зависимости от характера проблемы, рассматриваемой в ВКР, теория может излагаться в виде вербальных, математических и других моделей. В тексте обязательно должны содержаться ссылки на источники информации.

При изложении в ВКР спорных вопросов темы необходимо приводить мнения различных авторов. Если в работе критически рассматривается точка зрения какого-либо автора, при изложении его мысли следует приводить цитаты, только при этом условии критика может быть объективной. Обязательным, при наличии различных подходов к решению изучаемой проблемы, является сравнение рекомендаций, содержащихся в действующих инструктивных материалах и работах различных авторов. Только после этого следует обосновывать свое мнение по спорному вопросу или соглашаться с одной из уже имеющихся точек зрения, выдвигая в любом случае соответствующие аргументы.

Во второй главе обычно описываются методические подходы к решению поставленной проблемы. Здесь тоже должен быть сделан обзор литературы по методам решения проблемы, имеющимся методикам, может быть предложена авторская методика. В любом случае в данной главе должна быть раскрыта методическая программа научно-прикладного исследования, с помощью которой автор производит сбор, анализ и интерпретацию необходимой информации. Характеристика методической части работы предполагает описание методов сбора фактического материала — первичной информации

и ее обработки (наблюдение, сравнение, измерение, эксперимент, абстрагирование, анализ и синтез, индукция и дедукция, моделирование, восхождение от абстрактного к конкретному и т. д.).

В этой же главе описывается конкретный объект, среда, в которой он функционирует, приводятся все, необходимые для исследования сведения. Проводятся расчеты с применением теории и методов решения, рассмотренных в предыдущих разделах, выявляются необходимые закономерности, проверяются теоретические гипотезы, делаются практические выводы.

В третьей главе автор предлагает решение выявленных проблем на уровне модели, расчета, обосновывает рекомендации практического характера, дает прогнозы развития с помощью экспертной оценки различных сценариев, проводит расчет экономической, социальной и иной эффективности предлагаемых в ВКР методов, методик, инструментов, конкретных решений.

Третья глава может включать разработку проекта в интересах конкретной организации, региона, отрасли и т. д.

Проектная часть ВКР должна содержать обоснование конкретных социально-экономических решений и практических рекомендаций по выбору реальных маркетинговых способов, обеспечивающих оздоровление экономики предприятия, стабилизации финансового положения, использования имеющихся резервов с описанием соответствующих организационно-технических мероприятий, или обеспечивающих реальный экономический, социальный и иной эффект. В случае необходимости может быть предложена и обоснована формализованная математическая интерпретация исследуемых организационных, производственных и управленческих зависимостей и процессов. Проектные решения, представленные в данном разделе, должны содержать описание существа предлагаемых решений, включая содержание и структуру новшеств, методические рекомендации по осуществлению управленческих процедур, технологию внедрения предлагаемых мероприятий; экономическое обоснование проекта, доказывающее его преимущества перед существующими аналогами и экономическую целесообразность затрат на его внедрение; правовое обеспечение проекта, содержащее ссылки на соответствующую нормативную базу, подкрепляющую законность разработанных предложений; компьютерное (информационно-технологическое) обеспечение проекта, в рамках которого описываются и обосновываются использованные в работе инструментальные средства и формулируются предложения по внедрению современных информационных технологий

Каждая глава работы должна содержать раздел с выводами, обобщенными результатами, полученными в главе. Объем раздела с выводами по главе 1-2 стр.

Заключение – последовательное логически стройное изложение итогов и их соотношение с общей целью и конкретными задачами, поставленными и сформулированными во введении.

Список литературы. В ВКР обязательно должны присутствовать список использованной научной литературы и источники информации. В список литературы должно входить не менее 10 источников на иностранном языке. Объем списка литературы – 80-150 источников.

В приложения включаются таблицы, схемы, графики, чертежи, иллюстративные материалы, финансовая отчетность, инструкции и другие материалы, носящие вспомогательный характер. Непременным условием включения этих материалов в приложение является ссылка на них в тексте работы.

К тексту ВКР (не подшивается) **автореферат**, который представляет собой форму презентации ВКР. Подготовка автореферата позволяет автору ВКР в концентрированном виде обосновать цели, задачи, логику работы, элементы научной новизны и научные результаты, основные выводы и рекомендации практического характера.

Оптимальный объем автореферата – до 10 страниц.

В автореферате должны быть отражены:

- сведения об объеме ВКР, количестве рисунков, таблиц, приложений, библиографических источников.
 - актуальность темы;
 - объект и предмет исследования;
 - цель и задачи магистерской ВКР;
 - теоретические и методологические основы исследования;
 - методы исследований;
 - новизна ВКР: научная, прикладная, учебная, учебно-методическая;
 - практическая ценность;
 - основные положения и результаты, выносимые на защиту;
 - публикации магистранта по теме ВКР с указанием необходимых выходных данных.
- Оформляется автореферат в соответствии с общими требованиями.

3.2.3. Требования к оформлению, требования к докладу, порядку его подготовки

Требования к оформлению, а так же образец титульного листа представлены в приложении 2.

Подготовка доклада и иллюстративного материала

С момента прохождения процедуры предзащиты и получения предварительного допуска к защите магистрант при консультационной поддержке научного руководителя готовит доклад и иллюстративный материал. Окончательный вариант доклада и иллюстративного материала должен быть представлен научному руководителю не позднее, чем за два рабочих дня до защиты.

Доклад продолжительностью от 10 до 15 минут следует начинать с обоснования актуальности избранной темы, описания научной проблемы и формулировки цели, задач, объекта и предмета исследования. Далее в последовательности, установленной логикой проведенного исследования, следует раскрывать основное содержание работы, обращая особое внимание на доказательство элементов научной новизны работы, наиболее важные и интересные научные и практически значимые результаты. Положительным примером является такая логика изложения, при которой последовательно формулируются гипотезы исследования и сразу дается краткое описание результатов их доказательства и проверки. В заключительной части доклада перечисляются общие выводы без повторения частных обобщений, сделанных при характеристике основных результатов и положений, собираются воедино основные рекомендации. В заключение также желательно сказать о дальнейших направлениях исследований в данной области и их значение для развития экономической теории, теории управления, совершенствования экономической политики и практики управления различных субъектов экономики.

Иллюстративные материалы и презентация, сопровождающие выступление, должны отражать основные результаты работы студента-магистранта по исследуемой проблеме. Целесообразно использование следующих форм представления иллюстративного материала:

1. До 10-12 листов формата А4 в качестве иллюстративного раздаточного материала. На первой странице комплекта (титульном листе иллюстративных материалов) указываются: название темы магистерской диссертации, вид диссертации, ФИО докладчика и научного руководителя. Далее идет материал в форме краткого текста и (или) графики (рисунков, таблиц), наглядно иллюстрирующий основные положения работы. Все листы должны быть пронумерованы и скреплены. Нумерация рисунков, таблиц и формул должна быть сквозной, а сам графический материал должен быть оформлен в соответствии с требованиями к оформлению всей работы. Количество экземпляров раздаточного материала должно быть как минимум равно количеству членов ГАК плюс один экземпляр

вкладывается в диссертацию, также рекомендуется предусмотреть комплекты раздаточного материала для приглашенных на заседание ГАК консультантов, рецензентов.

2. До 10-12 слайдов для демонстрации с помощью мультимедийного проектора. В качестве слайдов могут быть представлены проектные решения, предложенные магистрантом и разработанные им лично в ходе выполнения диссертации с результатами их реализации. Слайды могут частично повторять фрагменты иллюстрационного раздаточного материала, но желательно, чтобы они отражали дополнительно наиболее важные положения и результаты исследования, не включенные в раздаточный материал.

Магистрант может выбрать как обе, так и одну форму представления иллюстративного материала.

При этом независимо от конкретного способа оформления материала он должен давать ясное представление об основных характеристиках и логической последовательности диссертационного исследования, а по тексту доклада на него надо давать ссылки, при этом ссылаться надо на конкретные таблицы, рисунки, страницы текста.

3.2.4. Процедура (регламент) проведения защиты выпускной квалификационной работы

Не позднее, чем за семь дней до защиты магистрант обязан представить в ГАК ВКР в печатном и электронном виде (для размещения в электронной системе) со всеми необходимыми подписями и со всеми сопутствующими документами (отзыв научного руководителя (приложение 3), рецензия (приложение 4), автореферат, иллюстративный материал, копия статьи(-тей), заключение о степени заимствования). В том случае, если магистерская диссертация выполнялась по заказу организации (учреждения), к работе дополнительно может быть приложено заключение специалиста от организации, научного учреждения или стороннего вуза, подтверждающее заинтересованность предприятия в результатах исследования и практическую значимость работы. Заключение должно быть заверено печатью организации.

Защита ВКР проводится в установленное время на открытом заседании Государственной экзаменационной комиссии. Рекомендуется следующий порядок защиты ВКР.

1. Председатель ГЭК объявляет о начале очередной защиты, называя тему ВКР, ФИО магистранта и научного руководителя.

2. Слово предоставляется магистранту для доклада по теме научного исследования. На доклад по ВКР отводится от 10 до 15 минут. Студент-магистрант должен излагать содержание своей ВКР свободно, не читая письменного текста.

3. После завершения доклада члены ГЭК задают студенту вопросы, как непосредственно связанные с темой работы, так и близко к ней относящиеся. Если вопрос выходит за рамки темы ВКР и вызывает затруднения с ответом, то магистранту следует об этом заявить, подчеркнув необходимость дальнейших (специальных) исследований в данной области. Но лучше избегать такой ситуации, демонстрируя в ответах глубину теоретических и конкретно-экономических знаний, а также широкую экономическую культуру и эрудицию. При ответах на вопросы студент-магистрант имеет право пользоваться своей работой.

4. После ознакомления с отзывами научного руководителя и рецензента начинается обсуждение работы или дискуссия. В дискуссии могут принять участие как члены ГЭК, так и присутствующие заинтересованные лица.

5. После окончания дискуссии студенту предоставляется заключительное слово. В заключительном слове магистрант отвечает на замечания рецензента, руководителя и выступавших в дискуссии, соглашаясь с ними или давая обоснованные возражения.

6. После окончания публичной защиты всех назначенных к слушанию на данное заседание работ проходит закрытое заседание ГЭК, на котором производится итоговая оценка работ. Основные критерии, которыми руководствуются члены ГЭК при выставлении оценки, приведены в оценочной таблице (Приложение 5). Члены ГЭК большинством голосов, учитывая все оценочные критерии, выносят решение об оценке каждой ВКР. В спорных вопросах право принятия окончательного решения принадлежит председателю ГЭК.

Члены ГЭК принимают решение о соответствии выпускной квалификационной работы требованиям государственного образовательного стандарта Министерства образования Российской Федерации по соответствующим направлениям, теоретическом уровне и практической значимости на основе собственного впечатления о тексте работы, уровне защиты, выводах рецензента. Отзыв научного руководителя учитывается, но его заключение лишь частично влияет на окончательную оценку ГЭК.

7. После подведения итогов оценки сообщаются магистрантам.

Положительное решение ГЭК служит основанием для выдачи диплома установленного по направлению “Менеджмент” с присвоением квалификации (степени) магистра.

Публичная защита выпускной квалификационной работы оформляется протоколом, который подписывается председателем и членами ГЭК.

4. Материально-техническое и информационное обеспечение государственной итоговой аттестации

| Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы обучающихся | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа |
|---|--|---|
| Помещение для самостоятельной работы ,курсового и дипломного проектирования | Персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета | Офисный пакет, интернет-браузер с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (свободно распространяемое ПО), программа для просмотра pdf-файлов (свободно распространяемое ПО), 1С, Консультант Плюс, Гарант |
| Помещение для проведения лекционных занятий | Компьютер, проектор, экран | Офисный пакет, программа для просмотра pdf-файлов (свободно распространяемое ПО) |
| Аудитория для лекционных и практических занятий | Проектор, экран, компьютер | Офисный пакет |

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по государственной итоговой аттестации

| | |
|--|-------------------|
| Направление подготовки | Менеджмент |
| Код направления подготовки | 38.04.02 |
| Направленность (профиль подготовки) | Маркетинг |

1. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы обучающиеся должны освоить следующие компетенции:

- общекультурные компетенции ОК-1-3;
 - ОК-1 способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу.
 - ОК-2 готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения.
 - ОК-3 готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала.
- общепрофессиональные компетенции ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3;
 - ОПК-1 готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности.
 - ОПК-2 готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.
 - ОПК-3 способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования.
- профессиональные компетенции ПК-1-9;
 - ПК-1 способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.
 - ПК-2 способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию.
 - ПК-3 способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач.
 - ПК-4 способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения.
 - ПК-5 владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.
 - ПК-6 способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями.
 - ПК-7 способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада.
 - ПК-8 способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования.
 - ПК-9 способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.
- профессиональные компетенции дополнительные ПКД-1 -4.
 - ПКД-1 способность интегрировать маркетинговую концепцию управления в деятельность хозяйствующих субъектов с учетом тенденций развития маркетинга, обосновывать и разрабатывать маркетинговые стратегии во взаимосвязи с общими целевыми ориентирами хозяйствующих субъектов и спецификой отраслей и сфер деятельности.
 - ПКД-2 способность обосновывать, разрабатывать и реализовывать проекты маркетинговых исследований по различным аспектам маркетинга,

проектировать системы маркетинговой аналитики, маркетинговые информационные системы хозяйствующих субъектов.

- ПКД-3 способность разрабатывать и реализовывать операционный комплекс маркетинга и его инструментарий; оценивать целесообразность и результативность маркетинговой деятельности.
- ПКД-4 способность решать управленческие задачи, связанные с операциями международного маркетинга и осуществления внешнеэкономической деятельности.

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания

| Код компетенции | Результат обучения | Содержание результатов обучения | Оценочные средства |
|-----------------|--------------------|--|--|
| ОК-1 | Знания | Знает основные приемы анализа и синтеза при проведении научных исследований | Подготовка ВКР/ защита ВКР/ Государственный экзамен |
| | Умения | Умеет применять методы анализа и синтеза в ВКР | |
| | Владение | Обладает навыками использования абстрактного мышления при написании ВКР | |
| ОК-2 | Знания | Знает особенности нестандартных ситуаций в менеджменте | Подготовка ВКР/ защита ВКР |
| | Умения | Умеет действовать в нестандартных ситуациях | |
| | Владение | Обладает навыками использовать критерии социальной и этической ответственности при разработке управленческих решений | |
| ОК-3 | Знания | Знает источники приобретения новых знаний для выполнения ВКР | Подготовка ВКР/ защита ВКР |
| | Умения | Умеет использовать свой творческий потенциал при подготовке ВКР | |
| | Владение | Обладает навыками саморазвития и самореализации в ходе подготовки ВКР | |
| ОПК-1 | Знания | Знает основные требования к докладу и презентации научных результатов исследования; технику публичного выступления с докладом по результатам диссертационного исследования | Подготовка ВКР/ защита ВКР |
| | Умения | Умеет логично и аргументировано излагать мысли в сфере профессиональной деятельности | |
| | Владение | Обладает навыками использования способов публичной дискуссии и научной полемики по проблемам менеджмента; публичной речи (делать сообщения, доклады, презентации) с использованием профессиональной терминологии | |
| ОПК-2 | Знания | Знает концепции управления с учетом различий и разнообразий персонала | Государственный экзамен |
| | Умения | Умеет определять необходимые требования к компетенции персонала для работы в команде (проекте), толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия | |
| | Владение | Обладает навыками владения приемами организации, мотивации и оценки результатов работы коллектива, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия | |
| ОПК-3 | Знания | Знает правила и приемы обоснования актуальности и практической значимости темы ВКР | |

| Код компетенции | Результат обучения | Содержание результатов обучения | Оценочные средства |
|-----------------|--------------------|---|--|
| | Умения | Умеет планировать и проводить самостоятельные исследования в рамках ВКР | Подготовка ВКР/ защита ВКР |
| | Владение | Обладает навыками обоснования актуальности и практической значимости темы ВКР | |
| ПК-1 | Знания | Знает методы управления проектами; методы управления организациями, подразделениями, группами (командами), сетями | Государственный экзамен; Подготовка ВКР/ защита ВКР |
| | Умения | Умеет анализировать управление организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями; обосновывать управленческие решения по результатам анализа управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями | |
| | Владение | Обладает навыками владения методикой разработки проекта; обоснования собственной позиции по вопросам управления организациями, подразделениями, группами (командами) | |
| ПК-2 | Знания | Знает виды корпоративных стратегий; методы разработки корпоративной стратегии, программ организационного развития и изменений | Государственный экзамен |
| | Умения | Умеет обосновывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений; разрабатывать корпоративную стратегию | |
| | Владение | Обладает навыками владения методами управления внедрением программы организационного развития и изменений; использования приемов анализа корпоративной стратегии | |
| ПК-3 | Знания | Знает базовые концепции современной теории корпоративных финансов | Государственный экзамен |
| | Умения | Умеет решать стратегические задачи с помощью основ корпоративных финансов | |
| | Владение | Обладает навыками использования современных методов управления корпоративными финансами для решения стратегических задач | |
| ПК-4 | Знания | Знает количественные и качественные методы проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, | Подготовка ВКР/ защита ВКР |
| | Умения | Умеет готовить аналитические материалы по результатам применения количественных и качественных методов проведения прикладных исследований | |
| | Владение | Владеет навыками использования количественные и качественные методы проведения прикладных исследований в рамках ВКР | |
| ПК-5 | Знания | Знает методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде | Подготовка ВКР/ защита ВКР |
| | Умения | Умеет выбирать методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов для подготовки ВКР | |
| | Владение | Владеет навыками использования методов экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов для подготовки ВКР | |

| Код компетенции | Результат обучения | Содержание результатов обучения | Оценочные средства |
|-----------------|--------------------|--|---|
| ПК-6 | Знания | Знает методы исследования в менеджменте, представленные в трудах отечественных и зарубежных ученых | Государственный экзамен, Подготовка ВКР/ защита ВКР |
| | Умения | Умеет определять сильные и слабые стороны методов исследования в менеджменте, представленных в трудах отечественных и зарубежных ученых | |
| | Владение | Обладает навыком использования методов исследования в менеджменте, представленных в трудах отечественных и зарубежных ученых в рамках ВКР | |
| ПК-7 | Знания | Знает основные требования к докладу и презентации научных результатов исследования | Подготовка ВКР/ защита ВКР |
| | Умения | Умеет готовить доклад, презентацию и выступать по результатам ВКР | |
| | Владение | Обладает навыками публичных выступлений при защите ВКР | |
| ПК-8 | Знания | Знает правила и приемы обоснования актуальности и практической значимости темы ВКР | Подготовка ВКР/ защита ВКР |
| | Умения | Умеет планировать и проводить самостоятельные исследования в рамках ВКР | |
| | Владение | Обладает навыками обоснования актуальности и практической значимости темы ВКР | |
| ПК-9 | Знания | Знает основы планирования программы исследования по теме ВКР | Подготовка ВКР/ защита ВКР |
| | Умения | Умеет организовывать и проводить прикладные исследования на практике с помощью подготовленной программы | |
| | Владение | Обладает навыками владения основами планирования программы исследования по теме диссертации | |
| ПКД-1 | Знания | Знает содержание процессов интеграции маркетинговой концепции управления в деятельность хозяйствующих субъектов с учетом тенденций развития маркетинга | Государственный экзамен, Подготовка ВКР/ защита ВКР |
| | Умения | Умеет обосновывать выбор маркетинговых стратегий во взаимосвязи с общими целевыми ориентирами хозяйствующих субъектов и спецификой отраслей и сфер деятельности | |
| | Владение | Обладает способностями разрабатывать в рамках ВКР элементы маркетинговых стратегий во взаимосвязи с общими целевыми ориентирами хозяйствующих субъектов и спецификой отраслей и сфер деятельности | |
| ПКД -2 | Знания | Знает основы разработки и реализации проектов маркетинговых исследований по различным аспектам маркетинга; основы проектирования систем маркетинговой аналитики, маркетинговых информационных систем хозяйствующих субъектов | Государственный экзамен, Подготовка ВКР/ защита ВКР |
| | Умения | Умеет обосновывать разрабатывать проекты маркетинговых исследований по различным аспектам маркетинга, проектировать системы маркетинговой аналитики, маркетинговые информационные системы хозяйствующих субъектов | |
| | Владение | Обладает навыками разработки и реализации в рамках ВКР проектов маркетинговых исследований по | |

| Код компетенции | Результат обучения | Содержание результатов обучения | Оценочные средства |
|-----------------|--------------------|--|---|
| | | различным аспектам маркетинга; навыками проектирования элементов системы маркетинговой аналитики или маркетинговых информационных систем хозяйствующих субъектов | |
| ПКД-3 | Знания | Знает основы разработки и реализации операционного комплекса маркетинга и его инструментария; оценки целесообразности и результативности маркетинговой деятельности | Государственный экзамен, Подготовка ВКР/ защита ВКР |
| | Умения | Умеет обоснованно выбирать инструменты операционного комплекса маркетинга, методы оценки целесообразности и результативности маркетинговой деятельности | |
| | Владение | Обладает навыками разработки в рамках ВКР элементов операционного комплекса маркетинга и его инструментов; оценки целесообразности и результативности маркетинговой деятельности | |
| ПКД-4 | Знания | Знает основные методы решения управленческих задач, связанных с операциями международного маркетинга и осуществления внешнеэкономической деятельности | Государственный экзамен, Подготовка ВКР/ защита ВКР |
| | Умения | Умеет обоснованно выбирать методы решения управленческих задач, связанных с операциями международного маркетинга и осуществления внешнеэкономической деятельности | |
| | Владение | Обладает навыками решения управленческих задач, связанных с операциями международного маркетинга и осуществления внешнеэкономической деятельности | |

Уровни освоения компетенции(й) и шкала оценивания государственного экзамена

| Уровень освоения компетенции | Шкала оценивания | Критерии оценки |
|--|---------------------|---|
| Повышенный уровень освоения компетенции(й) | отлично | 80% и более поставленных вопросов получили четко сформулированные квалифицированные ответы в полном объеме, магистрант проявил повышенную научную эрудицию и высокий уровень профессиональной компетенции |
| Базовый уровень освоения компетенции(й) | хорошо | до 70% поставленных вопросов получили квалифицированные ответы в полном объеме, магистрант показал достаточную научную эрудицию и высокий уровень профессиональной компетенции |
| Пороговый уровень освоения компетенции(й) | удовлетворительно | до 60% поставленных вопросов получили полные ответы, магистрантом была проявлена ограниченная научная эрудиция и средний уровень профессиональной компетенции |
| Компетенции(я) не освоена | неудовлетворительно | менее 60% поставленных вопросов получили полные ответы, магистрантом был проявлен низкий уровень профессиональной компетенции. |

Уровни освоения компетенции(й) и шкала оценивания выпускной квалификационной работы

| Уровень освоения компетенции | Шкала оценивания | Критерии оценки |
|--|-------------------------|--|
| Повышенный уровень освоения компетенции(й) | отлично | <ul style="list-style-type: none"> - Продемонстрирован высокий уровень по всем критериям оценки содержания работы - Самостоятельно разработаны рекомендации, обоснованные результатами исследования; представлены разработанные методики, программы, технологии, проекты документов и пр. - ВКР оформлена в соответствии с требованиями - Представлен доклад в виде грамотной, логически построенной речи - Все вопросы комиссии получили исчерпывающие ответы |
| Базовый уровень освоения компетенции(й) | хорошо | <ul style="list-style-type: none"> - Продемонстрирован средний уровень по всем критериям оценки содержания работы - Разработаны рекомендации, вытекающие из результатов исследования, представляющие собой самостоятельный раздел диплома (проекта), но не проработаны детально - ВКР оформлена с незначительными отклонениями от требований - Представлен доклад в виде грамотной, логически построенной речи, но допускал неточности в терминологии. - Продемонстрированы небольшие затруднения или допущены неточности при ответах на вопросы комиссии |
| Пороговый уровень освоения компетенции(й) | удовлетворительно | <ul style="list-style-type: none"> - Продемонстрирован низкий уровень по всем критериям оценки содержания работы - Представлены рекомендации, но они поверхностны и (или) заимствованы из других источников, общего характера, отсутствует четкая взаимосвязь с результатами исследования - Допущены существенные отклонения от требований по оформлению работы - Продемонстрированы затруднения при ответах на вопросы комиссии |
| Компетенции(я) не освоена | неудовлетворительно | <ul style="list-style-type: none"> - Продемонстрирован уровень ниже допустимого по всем критериям оценки содержания - Не представлены собственные рекомендации, или они не конкретны, или заимствованы. - Допущены существенные отклонения от требований по оформлению работы. - Вопросы комиссии не получили ответы |

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

В ходе государственного экзамена используются типовые билеты. Каждый билет состоит из трех вопросов, представленных в разделе 3.1 программы ГИА.

Для написания выпускных работ предлагается перечень примерных тем, представленный в разделе 3.2.1 программы ГИА.

4. Процедура оценивания результатов освоения образовательной программы

Процедура (регламент) проведения государственного экзамена изложена в разделе 3.1.4 программы ГИА.

Процедура (регламент) проведения защиты выпускной квалификационной работы изложена в разделе 3.2.4 программы ГИА.

Требования к оформлению

1. Общие требования к оформлению текста

Оформление работы является одним из ключевых критериев оценки работы, так как демонстрирует такие профессионально-важные качества выпускника, как знание ГОСТов и владение навыками оформления документов, официальных текстов. При существенных отклонениях от правил оформления, обилии орфографических и стилистических ошибок работа не может быть рекомендована к защите. Нарушения, как правило, отмечаются в отзывах научного руководителя и рецензента. Ответственность за соблюдение правил оформления работы лежит на студенте.

Текст работы должен быть напечатан на одной стороне стандартного листа А4 белой бумаги одного сорта через 1,5 интервала с полями вокруг текста. Размер левого поля - 30 мм, правого – 10 мм, верхнего - 20 мм, нижнего - 20 мм. Поля слева оставляют для переплета. Шрифт Times New Roman Cyr – обычный, размер **12 pt**. Текст на странице форматируется по ширине, переносы слов не проставляются. Абзацный отступ равен 5 знакам (1,25 см). Текст и другие отпечатанные и вписанные элементы работы должны быть черными.

Страницы нумеруются арабскими цифрами, начиная с третьей (введения) и заканчивая последним листом приложений. Первая страница на титульном листе и вторая на листе, представляющем оглавление работы, не печатаются. Номер ставится в верхнем правом углу листа или посередине вверху. Иллюстрации, таблицы и другие материалы, расположенные на отдельных листах, включаются в общую нумерацию страниц работы. Если отдельные листы работы имеют альбомную ориентацию (таблицы на отдельном листе, приложения), то порядковый номер этой страницы должен сохранять местоположение книжной ориентации (как на всех остальных страницах работы).

Работа сшивается (переплетается).

Титульный лист является первой страницей работы. Он оформляется строго в соответствии с образцом и не нумеруется. В оформлении титульного листа точки в конце строк не ставятся. Титульный лист должен быть подписан студентом, его научным руководителем и консультантом.

После титульного листа помещается содержание, в котором приводятся все главы с разбивкой их на параграфы с указанием страниц, с которых они начинаются. Содержание должно строго соответствовать заголовкам в тексте. Эта страница также не нумеруется. Образец оформления страницы с содержанием представлен в приложении 5.

В основной части введение, заключение, список литературы, каждая глава начинаются с новой страницы, а параграфы следует располагать друг за другом. Необходимо выделять жирным шрифтом заголовки глав и параграфов, не подчеркивая их. При этом заголовки глав печатаются прописными буквами, а названия параграфов строчными (кроме первой прописной). Названия глав и параграфов печатаются в середине строки без кавычек и точки в конце. Если заголовки содержат несколько предложений, их разделяют точками. Переносы слов в заголовках не допускаются. Главы должны иметь порядковую нумерацию, в частности, 1,2,3, а параграфы должны иметь порядковую нумерацию в пределах каждой главы, в частности, 1.1., 1.2., 1.3. ..., 2.1., 2.2. и т.д. Перед названием главы пишется: Глава (её порядковый номер и ставится точка), перед названием параграфа ставится только его порядковый номер и точка (слово “параграф” не пишется, знак «§» не ставится).

От заголовка главы до заголовка первого в ней параграфа делается отступ в одну строку (т.е. через одну строку на второй). От заголовка параграфа основной текст печатается также через одну строку на второй. В случае, когда следующий параграф начинается не с новой страницы, заголовок параграфа также пишется через пропуск одной

строки, и после заголовка параграфа на данной странице должно помещаться не менее 3-х строк текста.

Слова «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ» в качестве заголовков печатаются жирным шрифтом прописными буквами и отделяются снизу отступом в одну строку от основного текста.

Излагать материал необходимо четко, ясно, используя научную терминологию. Недопустимо применять обороты разговорной речи или публицистический стиль (за исключением цитат из газетных, журнальных статей).

Если в тексте работы используются перечисления, то они оформляются следующими способами.

Примеры:

Особое внимание следует уделить следующим критериям:

- полнота и глубина рассмотрения проблемы;
- использование отечественной и зарубежной литературы;
- обоснованность позиции автора;
- соответствие используемых методов анализа существу проблемы;
- степень решения поставленных задач;
- качество оформления.

ИЛИ

Внимание следует обратить на следующие вопросы:

- 1) полнота и глубина рассмотрения проблемы;
- 2) использование отечественной и зарубежной литературы;
- 3) позиция автора, ее обоснованность;
- 4) используемые методы анализа проблемы;
- 5) решение поставленных задач;
- 6) качество оформления.

При использовании в перечислении развернутых описаний может использоваться нумерованный и алфавитный список. В данном случае после цифры или заглавной буквы ставится точка. Перечисление начинается с заглавной буквы и заканчивается точкой.

Примеры.

Закрепление теоретических знаний и приобретение более глубоких практических навыков работы по специальности включает следующие виды работ:

1. Ознакомление с организацией, её историей, видами и направлениями деятельности, организационно-экономической структурой, системой управления, целями владельцев и руководителей бизнеса, стратегиями компании.
2. Изучение специальной литературы и нормативной документации по рассматриваемой теме.

Аналогично список оформляется при использовании заглавных букв и точки после них в перечислении явлений, процессов, событий и т.п.

Сокращение слов в тексте и в подписях под иллюстрациями не допускается. Исключения составляют сокращения, установленные ГОСТ 2.216-68, а также общеизвестные сокращения, такие, как, например, РФ и т.п. Не рекомендуется вводить собственные сокращения обозначений и терминов. Наименования, приводимые в тексте и в иллюстрациях, должны быть одинаковыми.

Допускается исправление опечаток, описок, графических неточностей подчисткой или закрашиванием белой «штрих» - краской и нанесением на том же месте исправленного изображения. Таких исправлений должно быть не более чем одно на лист и не более 5 во всей работе.

Небрежно оформленные работы к защите не принимаются.

Рекомендуемый объем магистерской диссертации - 75-100 страниц печатного текста без учета приложений.

Существенное превышение объема работы расценивается, как неумение лаконично

излагать мысли, отбирать нужную литературу и т.д.

2. Оформление цитат и ссылок на источники

При цитировании или использовании выводов, положений, статистических данных, таблиц, рисунков и т.д., заимствованных у других авторов, необходимы ссылки на источники. Недопустимо включать фрагменты текстов других авторов, а также цифровой материал без ссылок на источник. Это расценивается как плагиат, относится к серьезным нарушениям и такая работа не допускается к защите. В случае если плагиат выявлен в ходе защиты, выпускная работа оценивается на «неудовлетворительно».

Цитаты выделяются кавычками и снабжаются ссылками на источники. При цитировании допустимо использовать современные орфографию и пунктуацию, опускать слова, обозначая пропуск многоточием, если мысль автора не искажается. Ссылка на литературный источник оформляется по тексту в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5. -2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления». Ссылка заключается в квадратные скобки, в которых указывают номер источника в списке литературы и номер страницы, на текст которой ссылается автор. Например, [15, с. 23].

Наряду с прямым цитированием, можно, в случае необходимости, излагать чужие мысли своими словами, но и в этом случае надо делать ссылку на первоисточник. Недословное приведение выдержки из какой-либо публикации не выделяется кавычками, но обязательно отмечается сноской в конце фразы с указанием страницы, на которой находится текст с данной выдержкой. Если в тексте выпускной работы используются идеи и мысли других авторов, излагаемые ими в разных местах публикаций, то ставится ссылка на источник (источники), а номер страницы при этом не указывается. Например, [15] или [15; 25].

Хотя цитирование вполне допустимый прием аргументации, приводить в работе слишком много дословных цитат не следует. Так как первая глава предполагает анализ подходов разных авторов к изучаемым категориям и проблемам, то ссылки по тексту должны присутствовать, рекомендуется ссылки проставлять в среднем в количестве 2-3 на страницу.

При использовании источников из Интернета ссылки делаются аналогичным образом.

При использовании в работе моделей, расчетов, статистики, таблиц и рисунков, являющихся результатом собственных исследований автора, следует непременно указать на это обстоятельство. Это только повышает ценность работы и делается с помощью таких оборотов речи: «В составленной автором таблице 1», «Как видно из разработанного автором рисунка 1».

3. Оформление иллюстраций и таблиц

В работу должны быть обязательно включены таблицы и иллюстрации.

Иллюстрации (рисунки, графики, схемы, диаграммы) и таблицы следует располагать непосредственно после текстов, в которых они упоминаются впервые, или на следующей странице. Большие или не столь значимые для раскрытия основных идей иллюстрации и таблицы можно поместить в приложения. На все иллюстрации и таблицы в тексте должны быть даны ссылки и делаются они следующим образом: «...как видно на рисунке 4 ...» или «...(рисунок 4)», «данные таблицы 2 свидетельствуют о ...» и т.п.

Знак номера (№) перед порядковыми номерами таблиц, рисунков не ставится: таблица 7, рисунок. 3. Нумерация рисунков и таблиц должна быть сквозной в пределах всего текста выпускной работы.

По тексту следует давать краткую характеристику представленного в иллюстрации или таблице материала.

Оформление графиков, диаграмм, схем, таблиц должно соответствовать требованиям государственных стандартов.

Иллюстрация должна иметь название, которое помещают под нее по центру страницы. При необходимости под иллюстрацией помещают также поясняющие данные (подрисуночный текст). Иллюстрация обозначается общим словом «Рисунок», которое следует после поясняющих данных, перед названием. Затем ставится арабскими цифрами порядковый номер иллюстрации, пробел, тире, пробел и название рисунка без точки в конце.

Иллюстрация должна быть отделена от основного текста пропуском в одну строку сверху и снизу.

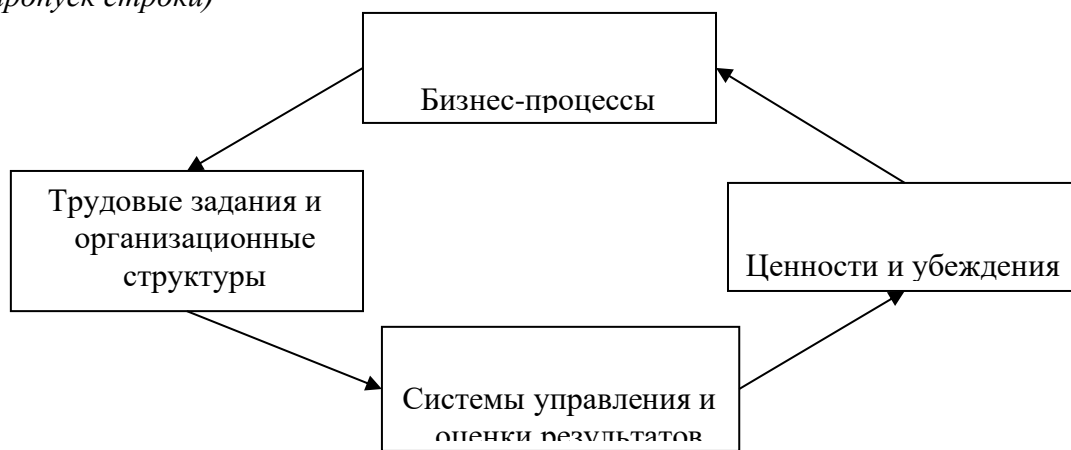
Если иллюстрация заимствована из публикации, необходимо сделать ссылку на источник с указанием страницы.

Для наглядности изображения показателей, изменяющихся скачкообразно или наглядного изображения удельного веса различных факторов в анализируемом показателе, возможно использование диаграмм. При этом вид диаграммы выбирается студентом самостоятельно, исходя из условий наиболее выгодного и наглядного представления имеющегося материала.

Пример оформления иллюстрации и ссылки на нее приведен ниже.

Схематично изменения в организации, происходящие в результате реинжиниринга бизнес-процессов, можно отразить с помощью известной «алмазной модели» реинжиниринга М. Хаммера и Дж. Чампи (рисунок 2).

(пропуск строки)



(пропуск строки)

Рисунок 2 – «Алмазная модель» реинжиниринга М. Хаммера и Дж. Чампи
(пропуск строки)

Цифровой материал, как правило, оформляется в виде таблиц, которые размещаются после их упоминания по тексту. Таблицы применяются для характеристики точных данных, лучшей наглядности и удобства сравнения показателей, а также сопоставимости информации, полученной из разных источников. В таблице выделяют несколько составных частей, имеющих свои особенности в оформлении.

Слово «Таблица» и ее порядковый номер пишутся сверху над таблицей в левой стороне без абзачного отступа (без знака №), пробел, тире, пробел, название таблицы и единица измерения, если она общая для всех граф и строк таблицы. В конце заголовка точка не ставится. Заголовок таблицы, кратко и ясно отражающий её содержание, выполняется строчными буквами (кроме первой прописной) и отделяется от текста сверху отступом в одну строчку. От основного текста снизу таблица также должна быть отделена отступом в одну строчку.

Пример оформления таблицы и ссылки на нее приведен ниже.

Структура инноваций в организации приведена в таблице 1.
(пропуск строки)

Таблица 1 – Структура инноваций в организации

| Тип инноваций в организации | Удельный вес, % |
|--|-----------------|
| Товары мировой новизны | 10 |
| Товары, новые для фирмы | 20 |
| Расширение имеющейся гаммы продуктов | 26 |
| Обновленные продукты | 26 |
| Изменение позиционирования продукта | 7 |
| Сокращение издержек (производственная инновация) | 11 |
| Всего | 100 |

(пропуск строки)

Таблица имеет головку: заголовок вертикальных граф и боковик – заголовок горизонтальных глав.

Заголовки граф таблицы начинают с прописных букв, а подзаголовки - со строчных, если они составляют одно предложение с заголовком. Подзаголовки, имеющие самостоятельное значение, пишут с прописной буквы. В конце подзаголовков таблиц знаки препинания (точку, двоеточие) не ставят. Диагональное деление головки таблицы не допускается. Высота строк таблицы должна быть не менее 6 мм.

Графу "№ п/п" в таблицу не включают. При необходимости нумерации показателей параметров или других данных порядковые номера указывают в боковике таблицы перед их наименованием. Для облегчения ссылок в тексте допускается нумерация граф. Если цифровые данные в графах таблицы выражены в различных единицах, то их указывают в заголовке каждой графы. Если все параметры, размещенные в таблице, выражены в одной и той же единице, сокращенное обозначение единицы помещают над таблицей в заголовке.

Повторяющийся в графе текст, состоящий из одного слова, допускается заменять кавычками, если строки в таблице не разделены линиями. Если повторяющийся текст состоит из двух и более слов, то при первом повторении его заменяют словом "То же", а далее - кавычками. Если цифровые или иные данные в таблице не приводятся, то в графе ставят прочерк. Если результат расчета равен нулю, то в графе проставляется ноль, а не прочерк.

В статистической таблице заголовок "Всего" помещают в том случае, если строка состоит из всех слагаемых. Заголовок "Итого" употребляют для частных промежуточных итогов.

Если таблица составлена по данным литературного источника, следует сделать ссылку на источник. Например:

- в заголовке таблицы «Сравнительная характеристика двух кадровых политик*», а под таблицей *Составлено автором по данным [15, с. 75-79].

Если таблица полностью заимствована из литературного источника, то ссылку на него можно делать в ее названии. Например:

- в заголовке таблицы «Сравнительная характеристика двух кадровых политик [25]».

Разрывать таблицу и переносить часть ее на другую страницу можно только в том случае, если она не умещается целиком на одной странице. При переносе части таблицы на другой лист заголовок помещают только над первой частью, а над последующими с левой

стороны без абзацного отступа пишут: «Продолжение таблицы ...» или «Окончание таблицы...».

Если таблица размещается на двух листах, то на втором листе пишется «Окончание таблицы».

Если таблица размещается более чем на двух листах, то на втором и последующих листах пишется «Продолжение таблицы ...», а на последнем листе пишется «Окончание таблицы».

При переносе таблицы под названием граф размещается строка с их нумерацией по порядку. Данная строка повторяется на следующей странице вместо названия граф (головки) таблицы. Если строки или графы таблицы выходят за формат страницы, таблицу делят на части, помещая одну под другой или рядом. Если части таблиц помещают рядом, в каждой части повторяют головку. При размещении частей таблицы одна под другой - повторяется боковик.

Пример оформления переноса таблицы:

Таблица 1 – Структура инноваций в организации

| Тип инноваций в организации | Удельный вес, % |
|--------------------------------------|-----------------|
| 1 | 2 |
| Товары мировой новизны | 10 |
| Товары, новые для фирмы | 20 |
| Расширение имеющейся гаммы продуктов | 26 |

(новая страница)

Окончание таблицы 1

| | |
|--|-----|
| 1 | 2 |
| Обновленные продукты | 26 |
| Изменение позиционирования продукта | 7 |
| Сокращение издержек (производственная инновация) | 11 |
| Всего | 100 |

4. Оформление формул

Формулы следует выделять из текста в отдельную строку.

Формулы нумеруются сквозной нумерацией арабскими цифрами в круглых скобках у правого края страницы, за исключением формул, помещаемых в приложениях. Если последующая формула является разновидностью предыдущей, допускается нумерация арабской цифрой и строчной буквой русского алфавита: (4а).

Пояснения символов, входящих в формулу, должны быть приведены непосредственно под формулой в той последовательности, как они приводятся в формуле. Перед словом “где”, начинающим расшифровку приведенных в формуле буквенных обозначений, которое пишется всегда на следующей строке после формулы, ставится запятая. После слова “где” двоеточие не ставится, сразу пишется обозначение первой величины, затем тире и расшифровка обозначения. В конце каждой расшифровки ставится точка с запятой, а в конце последней - точка.

Формулы следует располагать на середине строки, а связывающие их слова "где",

"следовательно", "откуда", "находим", "определяем" - в начале строк.

Переносить формулу на следующую строку допускается только на знаках выполняемых операций. При этом применяемый знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке умножения используют знак «х».

На все формулы в тексте должны быть ссылки, при этом следует писать: «Расчет производится по формуле (...)», или «В соответствии с формулой (...)» и т.д.

Пример оформления формул приведен ниже.

Число возможных вариантов кооперирования определится по формуле (1):

$$V = \sum_{k=2}^N C_N^k, \quad (1)$$

где V – число возможных вариантов кооперирования;

$k...N$ – число участников варианта кооперационного взаимодействия;

C_N^k - число возможных сочетаний из N по k .

5. Оформление цифрового материала

При приведении цифрового материала должны использоваться только арабские цифры, за исключением общепринятой нумерации кварталов, полугодий, которые обозначаются римскими цифрами. Количественные числительные в тексте даются без падежных окончаний.

Интервалы величин в виде "от и до" записываются через черточку. Например, 8-12 % или стр. 5-7 и т.д.

При величинах, имеющих два предела, единица измерения пишется только один раз при второй цифре. Такие знаки, как №, %, пишутся только при цифровых или буквенных величинах, в тексте их следует писать только словами; "номер", "процент", например: «К 2004 году собственность на жилье распределялась в следующих соотношениях (в процентах)...».

Математические знаки "+", "-", "=", ">", "<" и другие используются только в формулах. В тексте работы их следует писать словами: "плюс", "минус", "равно", "меньше", "больше". Например: «Больше 40% россиян по результатам переписи 2002 г., в качестве основного источника средств существования называют доход от трудовой деятельности».

Числовые значения величин в тексте должны указываться с необходимой степенью точности. При этом обязательно в ряду величин выравнивание числа знаков после запятой. Не допустимо приводить следующий ряд величин: 26; 35; 45,8; 64,97. Данный ряд должен выглядеть следующим образом: 26,00; 35,00; 45,80; 64,97.

В тексте работы не следует приводить значения, в которых количество значимых цифр более трех. Не следует указывать 43,8636. Для использования в тексте работы лучше округлить величину до 43,9 или до целого числа.

6. Оформление списка литературы

Список литературы является составной частью выпускной работы и отражает степень изученности рассматриваемой проблемы. В него включаются, как правило, не только те источники, на которые в работе имеются библиографические ссылки, но и те, которые изучены студентом при исследовании темы работы. Но все же на большую часть

источников, включенных в список литературы (не менее 70 % от общего списка), должны быть ссылки по тексту работы. В список источников должны быть включены электронные ресурсы, но предпочтительно, чтобы их количество было не более 50% от всех источников.

Список литературы выпускной квалификационной работы должен содержать не менее 50 наименований (нижнее пороговое значение).

Список литературы условно следует разделить на две части: в первой части в алфавитном порядке (по первой букве первого слова) размещаются нормативно-правовые документы государственных и муниципальных органов. Затем располагаются также в алфавитном порядке все остальные источники - справочная литература, книги, монографии, статьи, источники сети Интернет, документы предприятий и организаций и т.д. Иностранцы источники располагаются в конце списка. Нумерация идет сквозная по всем группам. В авторских источниках первым словом считается фамилия автора. Для каждого источника указываются: фамилия и инициалы автора (авторов); полное название книги, статьи; название журнала или сборника статей (для статей); место издания (названия городов Москва и Санкт-Петербург - сокращенно, соответственно М. и СПб., остальные – полностью); название издательства (если имеется в выходных данных), для книг – год издания, для статей – год и номер журнала, общее количество страниц в книге (например, 206 с.) или конкретные страницы в журнале (например, С. 15-18).

Сведения об источниках приводятся в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1–2003 Обязательным является соблюдение единой системы условных разделительных знаков (точек, тире, двоеточий, косой черты и т.п.). Образец оформления источников в списке литературы приведен в приложении 6.

Список литературы располагается после раздела "Заключение", перед приложениями.

7. Оформление приложений

Материал, дополняющий текст выпускной работы, помещают в приложениях. Объем приложений не ограничивается и не входит в общий объем работы.

Приложениями могут быть графический материал, таблицы большого формата, расчеты, программы исследования, документы предприятий и т.д. Приложение оформляют как продолжение работы на последующих листах, как правило, на листах формата А4. Допускается выполнять приложения на листах формата А3, А4х3, А4х4, А2 и А1.

Каждое приложение должно начинаться с новой страницы и иметь содержательный заголовок, напечатанный прописными буквами (не выделяя жирным шрифтом). В правом верхнем углу над заголовком должно быть напечатано слово "Приложение ...". Заголовок приложения должен быть отделен от текста пропуском одной строки сверху и снизу.

Если приложений в работе более одного, их следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией без знака №. Имеющиеся в тексте приложения иллюстрации, таблицы, формулы и уравнения следует нумеровать в пределах каждого приложения. Если приложение представляет собой одну таблицу, то она не нумеруется и слово «Таблица» над ней не пишется. В этом случае название приложения и будет являться названием таблицы.

Если приложение располагается на нескольких листах, то на каждом последующем листе пишется «Продолжение приложения», а на последнем листе пишется «Окончание приложения».

Если приложение располагается на двух листах, то на втором листе пишется «Окончание приложения».

В основном тексте выпускной работы в необходимых местах должны содержаться ссылки на то или иное приложение. Например: «...данные о финансовых результатах приведены в приложении 1» или «...(приложение 1)» и т.п.

Приложения располагаются в порядке ссылок на них в тексте работы.

Образец оформления титульного листа

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»

Экономический факультет

Кафедра «Менеджмент и маркетинг»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Ф.И.О. автора

Тема

Подпись магистранта

Научный руководитель:

Ученая степень, ученое
звание, ФИО

подпись научного руководителя

Заключение
кафедры о допуске ВКР к защите

Зав. кафедрой "Менеджмент и маркетинг" _____ /Апенько С.Н.

" ____ " _____ 20__ г.

Омск – 20__

Отзыв
руководителя ВКР

Тема: _____

Автор _____

(Фамилия, И.О.)

Факультет экономический

Кафедра менеджмента и маркетинга

Направление подготовки магистров: «Менеджмент»

Направленность (профиль) программы «Маркетинг»

Руководитель _____

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

Критерии оценки ВКР и компетенций магистранта

| Критерии | Оценка | | | | |
|---|--------|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 0 |
| 1. Содержание ВКР: | | | | | |
| <i>1.1. степень раскрытия темы</i> | | | | | |
| <i>1.2. самостоятельность и качество анализа теоретических положений</i> | | | | | |
| <i>1.3. оригинальность и новизна полученных результатов, научных, прикладных, учебно-методических решений</i> | | | | | |
| <i>1.4. глубина проработки, обоснованность методологической и методической программы исследования</i> | | | | | |
| <i>1.5. качество анализа объекта и предмета исследования</i> | | | | | |
| <i>1.6. практическая ценность исследования, глубина проработки и обоснованность практических рекомендаций</i> | | | | | |
| 2. Оформление ВКР: | | | | | |
| <i>2.1. общий уровень грамотности изложения</i> | | | | | |
| <i>2.2. логика и стиль изложения</i> | | | | | |
| <i>2.3. структура и содержание введения и заключения.</i> | | | | | |
| <i>2.4. объем и качество выполнения иллюстративного материала.</i> | | | | | |
| <i>2.5. качество списка литературы</i> | | | | | |
| <i>2.6. качество ссылок</i> | | | | | |
| Итоговая оценка | | | | | |

Апробация: _____

Отмеченные достоинства:

Отмеченные недостатки:

Заключение:

Научный руководитель _____ (подпись)
«__» _____ 20__ г.

Рецензия на ВКР

Тема: _____

Автор _____

(Фамилия, И.О.)

Факультет экономический
 Кафедра менеджмента и маркетинга
 Направление подготовки магистров: «Менеджмент»
 Направленность (профиль) программы «Маркетинг»
 Рецензент _____

(Фамилия, И.О., место работы, должность, ученое звание, степень)

Критерии оценки ВКР

| Критерии | Оценка | | | | |
|---|--------|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 0 |
| 1. Содержание ВКР | | | | | |
| <i>1.1. степень раскрытия темы</i> | | | | | |
| <i>1.2. самостоятельность и качество анализа теоретических положений</i> | | | | | |
| <i>1.3. оригинальность и новизна полученных результатов, научных, прикладных, учебно-методических решений</i> | | | | | |
| <i>1.4. глубина проработки, обоснованность методологической и методической программы исследования</i> | | | | | |
| <i>1.5. качество анализа объекта и предмета исследования</i> | | | | | |
| <i>1.6. практическая ценность исследования, глубина проработки и обоснованность практических рекомендаций</i> | | | | | |
| 2. Оформление ВКР: | | | | | |
| <i>2.1. общий уровень грамотности изложения</i> | | | | | |
| <i>2.2. логика и стиль изложения</i> | | | | | |
| <i>2.3. структура и содержание введения и заключения.</i> | | | | | |
| <i>2.4. объем и качество выполнения иллюстративного материала.</i> | | | | | |
| <i>2.5. качество списка литературы</i> | | | | | |
| <i>2.6. качество ссылок</i> | | | | | |

Отмеченные достоинства:

Отмеченные недостатки:

Заключение:

Рецензент _____ (подпись)

«__» _____ 20__ г.

Критерии оценки ВКР

| Критерии | Оценка | | | |
|---|--------|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 |
| 1. Содержание ВКР: | | | | |
| <i>1.1. степень раскрытия темы</i> | | | | |
| <i>1.2. качество анализа теоретических положений</i> | | | | |
| <i>1.3. оригинальность и новизна полученных результатов, научных, прикладных, учебно-методических решений</i> | | | | |
| <i>1.4. глубина проработки, обоснованность методологической и методической программы исследования</i> | | | | |
| <i>1.5. качество анализа объекта и предмета исследования</i> | | | | |
| <i>1.6. практическая ценность исследования, глубина проработки и обоснованность практических рекомендаций</i> | | | | |
| Интегральная оценка за содержание ВКР | | | | |
| 2. Публичная защита: | | | | |
| <i>2.1. качество доклада</i> | | | | |
| <i>2.2. уровень ответов на вопросы</i> | | | | |
| <i>2.3. качество презентационного материала</i> | | | | |
| Интегральная оценка за публичную защиту | | | | |
| 3. Оформление ВКР | | | | |
| 4. Содержание и оформление автореферата | | | | |
| <i>Оценка руководителя</i> | | | | |
| <i>Отзыв рецензента</i> | | | | |
| ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА | | | | |

ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ ИСТОЧНИКОВ В СПИСКЕ ЛИТЕРАТУРЫ
(Приведены примеры оформления разного вида работ. Правила их группировки и размещения описаны в тексте настоящих методических указаний)

Нормативно-правовые документы

Заглавие официального документа (закон, постановление, указ и др.): сведения, относящиеся к заглавию, дата принятия документа // Название издания. – Год издания. – Номер (для журнала), Дата и месяц для газеты. – Первая и последняя страницы.

Примеры:

О военном положении [Текст]: Федеральный конституционный закон от 30 янв. 2002 г. № 1-ФКЗ // Собрание законодательства. – 2002. - № 5, (4 февр.). – С. 1485 – 1498 (ст. 375).

О правительственной комиссии по проведению административной реформы [Текст]: постановление Правительства РФ от 31 июля 2003 г. № 451 // Собрание законодательства. – 2003. - № 31. – Ст. 3150.

Семейный кодекс Российской Федерации [Текст]: Федеральный закон: принят Гос. Думой 8 дек. 1995 г.: по состоянию на 3 янв. 2001 г. – СПб.: Стаун-кантри, 2001. – 94 с.

Нормативно-технические документы

Заглавие нормативно-технического документа: сведения, относящиеся к заглавию, обозначения ранее действующего документа, дата введения. – Год издания. – Объем.

Примеры:

ГОСТ 7.9 – 77. Реферат и аннотация. – Москва: Изд-во стандартов, 1981. – 6 с.

ГОСТ 7.53 – 2001. Издания. Международная стандартная нумерация книг. – Взамен ГОСТ 7.53 – 86; введ. 2002 – 07 – 01. – Минск: Межгос. Совет по стандартизации, метрологии и сертификации; Москва: Изд-во стандартов, 2002. – 3 с.

СНиП 2.01.07 – 85. Нагрузки и воздействия: нормативно-технический материал. – Москва: [б.и.], 1987. – 36 с.

Книги

Однотомное издание

Автор. Заглавие: сведения, относящиеся к заглавию (см. на титуле) / сведения об ответственности (авторы); последующие сведения об ответственности (редакторы, переводчики, коллективы). – Сведения об издании (информация о переиздании, номер издания). – Место издания: Издательство, Год издания. – Объем.

Примеры:

1. Если у издания один автор, то описание начинается с фамилии и инициалов автора. За косой чертой «/» после заглавия имя автора повторяется, как сведение об ответственности.

Ярин, Г.А. Теория создания экономической прибыли на предприятии: монография [Текст] / Г.А. Ярин – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 1998. – 103 с.

2. Если у издания два автора, то описание начинается с фамилии и инициалов первого автора. За косой чертой «/» после заглавия сначала указывается первый автор, а потом через запятую – второй автор.

Полонский, В.Г. Корпоративное управление в непроизводственной сфере [Текст] / В.Г. Полонский, С.В. Белоусова – СПб: Экономическая школа, 1999. – 555 с.

3. Если у издания три автора, то описание начинается с фамилии и инициалов первого автора. За косой чертой «/» после заглавия сначала указывается первый автор, а потом через запятую – второй и третий авторы.

Краснова, Л.П. Бухгалтерский учет: учебник для вузов [Текст] /Л.П. Краснова, Н.Т. Шалашова, Н.М. Ярцева. – Москва: Юристъ, 2001. – 550 с.

4. Если у издания четыре автора, то описание начинается с заглавия. За косой чертой указываются все авторы.
Лесоводство: учебное пособие к курсовому проектированию [Текст] / З.В. Ерохина, Н.П. Гордина, Н.Г. Спицына, В.Г. Атрохин. – Красноярск: Изд-во СибГТУ, 2000. - 175 с.
5. Если у издания пять авторов и более, то описание начинается с заглавия. За косой чертой указываются три автора и др.
Логика: учебное пособие для 10-11 классов [Текст] / А.Д. Гетманова, А.Л. Никифоров, М.И. Панов и др. – Москва: Дрофа, 1995. – 156 с.
6. Если у издания есть один или несколько авторов, и также указаны редакторы, составители, переводчики и т.п., то информация о них указывается в сведениях об ответственности, после всех авторов перед точкой с запятой «;».
Ашервуд, Б. Алфавит общения [Текст] / Б. Ашервуд; пер. с англ. И.Ю.Багровой и Р.З. Пановой, науч. ред. Л.М. Иньковой. – Москва: Либерия, 1995. – 175 с.
Ценные бумаги: учебник для студ. экон. спец. вузов [Текст] / В.И. Колесников, В.С. Торкановский, Л.С. Тарасевич и др.; под ред. В.И. Колесникова, В.С. Торкановского. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 678 с.
7. Если у издания нет автора, но указаны редакторы, составители, переводчики и т.п., то описание начинается с заглавия. За косой чертой после заглавия сразу пишутся редакторы, составители и т.п. с указанием функции.
Логопедия: учебник для студ. дефектолог. фак. пед. вузов [Текст] / ред. Л.С. Волкова, С.Н. Шаховская. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Гуманит. изд. центр. ВЛАДОС, 2002. – 680 с.
8. Если у издания нет автора, редакторов и т.п., то после заглавия сразу идет информация об издании после точки и тире «. - ».
Иллюстрированный словарь английского и русского языка с указателями [Текст]. – Москва: Живой язык, 2003. – 1000 с.

Многотомные издания

Горожанин, А.В. Российская полиция на страже имперской государственности: монография: [Текст] в 2-х т. / А.В. Горожанин; Мин-во юстиции РФ, Самар. юрид. ин-т. – Самара, 2004. – 91 с. – 2 т.

Статья из сборника

Автор. Заглавие статьи / сведения об ответственности (авторы статьи) // Название сборника. – Год выпуска. – Местоположение статьи (страницы).

Примеры:

1. *Думова, И.И.* Инвестиции в человеческий капитал [Текст] / И.И. Думова, М.В. Колесникова // Современные аспекты регионального развития: сб. статей. – Иркутск, 2001. – С. 47-49.
2. *Валеева, С. Г.* Анализ налоговой системы в инвестиционных проектах [Текст] / С. Г. Валеева, Г. В. Харченко // Материалы научной конференции молодых специалистов ООО «КогалымНИПИнефть». Когалым, 2003. – С. 18-20.

Статья из журнала

Автор. Заглавие статьи: сведения, относящиеся к заглавию / сведения об ответственности (авторы статьи) // Название журнала. – Год выпуска. – Номер выпуска. – Местоположение статьи (страницы).

Если статья размещена в двух и более журналах, то сведения о ее местоположении в каждом из номеров отделяют точкой с запятой.

Примеры:

1. *Слепухина, Ю. Э.* Особенности современных методов оценки рисков инвестиционных проектов [Текст] / Ю. Э. Слепухина, Г. В. Харченко // Известия Уральского государственного экономического университета. - 2007. - № 1(18). – С. 16-20.
2. *Казаков, Н.А.* Запоздалое признание [Текст] / Н.А. Казаков // На боевом посту. – 2000. - № 9. – С. 64-67; № 10. – С. 58-71.

Статья из газеты

Автор. Заглавие статьи: сведения, относящиеся к заглавию / сведения об ответственности (авторы статьи) // Название газеты. – Год выпуска. – Число и месяц выпуска. – Местоположение статьи (страницы).

Примеры:

1. Хакамада, И. Алло, депозитарий?: К вашим услугам [Текст] / И. Хакамада // Финансовая газета. - 1992. - № 21. - С. 12.
2. Рысев, В. Приоритет – экология [Текст] / В. Рысев // Волна. – 2004. – 4 марта. – С. 13.

Автореферат диссертации

Автор. Заглавие: сведения, относящиеся к заглавию (см. на титуле): шифр номенклатуры специальностей научных работников: / сведения об ответственности (автор). – Место и год написания. - Объем.

Пример:

Малицкая, И.Г. Трансформация системы стимулирования труда в условиях реформирования предприятия электроэнергетики: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук: 08.00.05 [Текст] / И.Г.Малицкая. – Омск, 2007. – 20 с.

Дипломные работы

Ахметова, Ф. К. Совершенствование деятельности кадровой службы в условиях реорганизации компании (на примере ОАО «Мясокомбинат «Омский»): Дип. работа [Текст] / Ф.К. Ахметова. – Омск, 2006. – 68 с.

Электронный ресурс (Internet источники)

Россия и страны мира 2008 г. Число малых предприятий по видам экономической деятельности : статистическая информация Государственного Комитета статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/B08_47/IssWWW.exe/Stg/html/01-03.htm; http://www.gks.ru/bgd/regl/b11_11/IssWWW.exe/Stg/d2/20-01.htm. - Загл. с экрана.- (дата посл. обращ. 12.02.2013)

Шпринц, Л. Книга художника: от миллионных тиражей – к единичным экземплярам [Электронный ресурс] / Л. Шпринц – Режим доступа: <http://atbook.km.ru/news/000525.html> - Загл. с экрана.- (дата посл. обращ. 12.02.2013)

**ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ
ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОЕКТОВ В СФЕРЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ**

**1.1. Современное состояние банковской системы банковских услуг Республики
Казахстан**

Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.
Текст. Текст. Текс. Текст. Текст. Текст. Текс. Текст. Текст. Текст. Текс. Текст. Текст. Текст.
Текст. Текст. Текс. Текст. Текст. Текст. Текс. Текст. Текст. Текст. Текс. Текст. Текст. Текст.
Текст. Текст.

1.2. Сущность управления проектами и его особенности в сфере банковских услуг

Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.
Текст. Текст. Текс. Текст. Текст. Текст. Текс. Текст. Текст. Текст. Текс. Текст. Текст. Текст.
Текст. Текст. Текс. Текст. Текст. Текст. Текс. Текст. Текст. Текст. Текс. Текст. Текст. Текст.
Текст. Текст.