МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

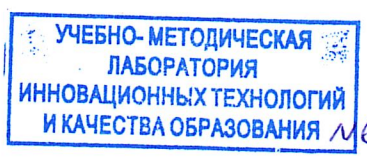
КАФЕДРА МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (ДИПЛОМНАЯ РАБОТА) ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ БАКАЛАВРИАТА

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

для студентов укрупненной группы 38.00.00 Экономика и управление
направления подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Профили: Менеджмент организаций, Логистика)
очной и заочной формы обучения

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
маркетингового менеджмента
Протокол № 11 от 29.01.2024 г.
Зав. кафедрой _____Балабанова Л.В.



ОДОБРЕНО
учебно-методическим Советом ДонНУЭТ
Протокол № 6 от 31.01 2024 г.
Председатель _____Л.В.Крылова

ФГБОУ ВО ДонНУЭТ
Донецк
2024

УДК 378.147(075.8)
ББК 74.48я73
В92

Авторы:
Балабанова Л.В. докт.экон.наук, профессор
Анциферова Е.А., канд. экон. наук, доцент
Гасило Е.А. канд. экон. наук, доцент
Германчук А.Н., канд. экон. наук, доцент
Юзык Л.А. канд. экон. наук, доцент

Рецензенты:
Семенов А.А. – канд. экон. наук, доцент
Сардак Е.В. – докт. экон. наук, профессор

В 92 Выпускная квалификационная работа (дипломная работа) образовательной программы высшего образования бакалавриата [Текст]: учебное пособие для обучающ. укрупн. группы 38.00.00 Экономика и управление направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (очн. и заочн. формы обучения) / Л.В. Балабанова, Е.А. Анциферова, Е.А. Гасило, А.Н. Германчук, Л.А. Юзык; М-во науки и высш. образования РФ, Фед. Гос. Бюдж. Обр. Уч. Высш. Образования «Донец. нац. ун- т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского» каф. маркетинг. менедж. – Донецк : ФГБОУ ВО «ДонНУЭТ», 2024. - 186 с.

Учебное пособие разработано с целью методического обеспечения выполнения выпускной квалификационной работы (дипломной работы) обучающимися направления подготовки 38.03.02 Менеджмент образовательной программы высшего образования бакалавриата очной и заочной форм обучения с учетом современных требований.

В учебном пособии охарактеризованы общие положения и содержание основных этапов выполнения ВКР, отражена методология проведения научных исследований, определена структура ВКР и требования, которые предъявляются к ее содержанию и оформлению, акцентировано внимание на процессе подготовки и защиты ВКР.

Учебное пособие содержит актуальную тематику ВКР, которая отвечает профилю подготовки бакалавров, образцы планов выпускных квалификационных работ по отдельным направлениям исследования, список источников, которые рекомендовано использовать при выполнении ВКР. Для обеспечения повышения уровня научного исследования обучающихся, наглядности результатов в приложениях рекомендованы таблицы, схемы, анкеты по актуальным вопросам, которые освещаются в ВКР.

УДК 378.147(075.8)
ББК 74.48я73

© Коллектив авторов, 2024
© ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2024

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 4

1. Общие положения 7

2. Методология научного исследования 13

3 Требования к структуре, содержанию и оформлению выпускной квалификационной работы 24

4 Оформление выпускной квалификационной работы 30

5 Организация выполнения выпускной квалификационной работы 34

6 Организация защиты выпускной квалификационной работы 38

7. Порядок проведения государственной итоговой аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 44

8 Тематика выпускных квалификационных работ

8.1 Тематика выпускных квалификационных работ для обучающихся направления подготовки 38.03.02 Менеджмент Профиль Менеджмент организаций 47

8.2 Тематика выпускных квалификационных работ для обучающихся направления подготовки 38.03.02 Менеджмент Профиль Логистика 56

9 Образцы планов выпускных квалификационных работ

9.1 Образцы планов ВКР для обучающихся направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» Профиль Менеджмент организаций 67

9.2 Образцы планов ВКР для обучающихся направления подготовки 38.03.02 Менеджмент Профиль Логистика 76

Список источников, которые рекомендуются к использованию при выполнении выпускной квалификационной работы 79

Приложения 86

Введение

В соответствии с образовательной программой высшего образования бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент профилей Менеджмент организаций и Логистика, которая основана на Государственном образовательном стандарте высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», основные области профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата, могут осуществлять профессиональную деятельность – образование и наука (в сферах: образования, научных исследований); финансы и экономика (в сферах: внутреннего и внешнего финансового контроля и аудита; финансового консультирования; управления рисками; организации закупок; исследования и анализ рынков продуктов, услуг и технологий; управления проектами; контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений; консалтинга); сквозные виды профессионально деятельности в промышленности (в сферах: стратегического и тактического планирования и организации производства; логистики; организации сетей поставок).

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

Выпускники должны быть готовы к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- информационно-аналитический;
- организационно-управленческий;
- финансовый;
- предпринимательский;
- педагогический;
- научно-исследовательский.

Выпускная квалификационная работа выполняются в соответствии с ОПОП ВО для обучающихся по программам бакалавриата – в форме дипломной работы.

Дипломная работа (ВКР), представляет собой законченное исследование на заданную (выбранную) тему, свидетельствующее об умении обучающегося работать самостоятельно, применять стандартные методики расчетов исследований, обобщать и анализировать фактический материал: владении компетенциями, определенными ОПОП ВО – программами бакалавриата, специалитета. Результаты дипломной работы оформляются в виде текста с приложением графиков, таблиц, чертежей, схем и других материалов, разработанных обучающимся.

Дипломная работа обучающимися профиля Менеджмент организаций выполняется по следующим направлениям: менеджмент предприятия, управление персоналом, рекламный менеджмент, стратегическое управление, самоменеджмент, управление маркетинговой деятельностью, контроллинг,

логистика, управление товарной политикой, бенчмаркинг, управление сбытовой политикой, нейромаркетинг, управление рисками.

По профилю Логистика дипломная работа выполняется по следующим направлениям: логистический менеджмент, логистика, менеджмент предприятия, управление персоналом, рекламный менеджмент, стратегическое управление, управление маркетинговой деятельностью, контроллинг логистических систем, бенчмаркинг, управление рисками в логистике.

Представленное учебное пособие базируется на следующих *нормативных документах:*

– Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ (в редакции от 25.12.2023 г. № 685-ФЗ);

– Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования- бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 970;

– Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 26 ноября 2020 г. № 1456 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования»;

– Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 8 февраля 2021 г. № 83 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования - бакалавриат по направлениям подготовки»;

– Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 19 июля 2022 г. № 662 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования»;

– Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

– Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 23 августа 2017 г. № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;

– Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры» с изменениями, внесенными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 09.02.2016 г. № 86, от 28.04.2016 г. № 502 и от 27.03.2020 г. № 490;

- Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 22.02.2023 г. № 202 «Об утверждении особенностей проведения

государственной итоговой аттестации для лиц, обучающихся в организациях, осуществляющих образовательную деятельность, расположенных на территориях Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской области, Херсонской области, в 2022/23 и 2023/24 учебных годах по образовательным программам высшего образования»

– Устав федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 30.03.2023 г. № 344;

– Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в ДОННУЭТ (ПП 2-150/УН, редакция 4, введенным в действие 31.10.2023 г.);

– Положение о выпускной квалификационной работе по основным образовательным программам высшего образования-программам бакалавриата, специалитета, магистратуры в ДонНУЭТ (ПП 2-154/УН, редакция 2, введенный в действие 16.05.2023 г.).

- Порядок проведения государственной итоговой аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в ДонНУЭТ (ПП 2-186/УН, введенный в действие 02.05.2019г.).

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Выпускная квалификационная работа (далее ВКР) является обязательным видом государственной итоговой аттестации выпускника, обучающегося по основной образовательной программе высшего образования, и представляет собой выпускную квалификационную работу, демонстрирующую уровень подготовки выпускника и степень овладения им компетенциями для осуществления самостоятельной профессиональной деятельности.

Универсальные компетенции:

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке и иностранном(ых) языке(ах)

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах

УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению.

Общепрофессиональные компетенции:

ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории

ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с

использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем

ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия

ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности организаций

ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.

Профессиональные компетенции:

ПК-1 Способен осуществлять поиск, анализ и оценку информации для подготовки и принятия управленческих решений

ПК-2 Способен анализировать существующие

формы организации и процессы управления, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию.

ПК-3 Способен планировать и организовывать работу подразделений предприятий и организаций с учетом требований действующего законодательства и нормативной базы объекта управления

ПК-4 Способен вырабатывать управленческие решения по вопросам совершенствования деятельности служб и подразделений предприятий, учреждений, организаций различных форм собственности

ПК-5 Способен анализировать и оценивать финансовую и экономическую информации

ПК-6 Способен интерпретировать результаты финансово-экономических исследований для целей обоснования стратегических и тактических решений

ПК-7 Способен давать оценку рыночной конъюнктуры, рыночного потенциала и конкурентной среды

ПК-8 Способен организовывать предпринимательскую деятельность предприятия

ПК-9 Способен разрабатывать и внедрять новые методы, инструменты и технологии управления проектами и программами на разных стадиях жизненного цикла

ПК-10 Способен осуществлять преподавание по программам профессионального обучения, среднего профессионального образования (СПО) и дополнительным профессиональным программам (ДПП), ориентированным на соответствующий уровень квалификации

ПК-11 Способен осуществлять поиск и обработку информации в процессе научно-исследовательской деятельности

ПК-12 Способен осуществлять подготовку информационных обзоров и аналитических отчетов

ПК-13 Способен разрабатывать рекомендации по повышению эффек-

тивности деятельности и совершенствованию практики управления

ПК-14 Способен осуществлять подготовка обзоров, отчетов, и научных публикаций.

Выпускная квалификационная работа выполняются в форме дипломной работы.

Дипломная работа – ВКР, которая представляет собой законченное исследование на заданную (выбранную) тему, свидетельствующее об умении обучающегося работать самостоятельно, применять стандартные методики расчетов и исследований, обобщать и анализировать фактический материал, владении компетенциями, определенными ОПОП ВО – программами бакалавриата, специалитета. Результаты дипломной работы оформляются в виде текстуальной части с приложением графиков, таблиц, чертежей, схем и других материалов, разработанных обучающимся (несколькими обучающимися совместно).

Выпускная квалификационная работа может основываться на обобщении результатов курсовых работ (проектов), выполненных обучающимся в процессе обучения, и содержать анализ материалов, собранных в период прохождения практики, в том числе научно-исследовательской работы.

Выпускные квалификационные работы обучающихся проходят обязательную проверку на наличие заимствований (плагиата) из общедоступных сетевых источников на основании заявления обучающегося (приложение А). Итоговая оценка оригинальности текста ВКР устанавливается на уровне: не менее 50 процентов – для обучающихся по программам бакалавриата.

В случае если Программой государственной итоговой аттестации установлено проведение государственной итоговой аттестации в форме государственного экзамена и защиты ВКР, защита ВКР проводится после государственного экзамена.

Тексты ВКР, за исключением текстов ВКР, содержащих сведения, составляющие государственную тайну, размещаются в электронно-библиотечной системе ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ».

ВКР является составной частью государственной итоговой аттестации, которая предусмотрена учебным планом подготовки бакалавров в объеме 7,5 кредитов ECTS (270 часов), выполняется обучающимися в 8 семестре в течение 5 недель (табл. 1.1).

Таблица 1.1 - Выписка из учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент

Название формы государственной итоговой аттестации	Семестр	Недели	Количество часов	Кредиты ECTS
Выпускная квалификационная работа	8	5	270	7,5

ВКР выполняется в соответствии с направлениями научных и прикладных исследований и должна засвидетельствовать: уровень

профессиональной подготовки выпускника; умение применять приобретенные в высшем учебном заведении знания для решения практических заданий; сознательное усвоение знаний и их систематизацию; наличие у обучающихся навыков профессиональной работы; способность критически мыслить и умение аргументировать собственную точку зрения.

ВКР выполняется на основе изучения специальной отечественной и зарубежной литературы, передового опыта по выбранной проблеме, а также результатам собственных исследований реального объекта с целью решения определенных прикладных задач в сфере будущей профессиональной деятельности.

Цель выполнения ВКР - определение уровня подготовленности обучающимися к решению комплекса прикладных задач в соответствии с обобщенным объектом деятельности на основе применения теоретических знаний и практических навыков, полученных в процессе всего периода обучения.

Изложение содержания каждого вопроса ВКР должно быть целостным, логическим, доказательным, объяснительным и научно аргументированным.

ВКР должна соответствовать таким требованиям:

- содержать системный теоретический анализ предмета исследования;
- результаты лично проведенных комплексных исследований и анализ прикладных проблем в соответствии с обобщенным объектом деятельности;
- вносить и обосновывать реальные предложения по совершенствованию разных аспектов профессиональной деятельности в соответствии с предметом исследования;
- быть должным образом оформленной и иметь все необходимые сопроводительные документы.

Выполнение ВКР обеспечивает:

- систематизацию, закрепление, расширение и применение знаний обучающимися во время выполнения конкретных заданий;
- развитие навыков самостоятельной работы;
- овладение методикой исследования при решении прикладных проблем.

Подготовка научных работ охватывает несколько этапов, а именно:

1. Выбор темы научной работы.
2. Изучение и проработка литературных источников.
3. Составление содержания (плана) научной работы.
4. Формирование текста научной работы.
   - 4.1. Написание основной части научной работы.
   - 4.2. Написание введения, выводов и предложений.
   - 4.3. Составление списка использованных источников и оформление приложений.
5. Структура и техническое оформление научной работы.
   - 5.1. Структура научной работы.
   - 5.2. Литературное оформление научной работы.
   - 5.3. Общие требования к оформлению научной работы.

6. Защита научной работы.

Изучение и освоение литературных источников необходимо начинать с трудов, в которых проблема отображается в целом, а потом перейти к более узким исследованиям, то есть сначала нужно ознакомиться с основной литературой (монографиями, научной литературой, статьями), после - прикладной (законодательными актами, инструктивными материалами, статьями по конкретным исследованиям или опыте ведения управления деятельностью и т.д.). Изучению сложных источников (монографий) предшествует проработка более простых (учебных материалов).

В процессе подготовки к написанию научной работы составляется библиография. Действенную помощь обучающемуся в этом предоставляет руководитель, а также работники библиотек. Самостоятельный поиск литературных источников осуществляется с помощью библиотечных каталогов (систематического, алфавитного, электронного), реферативных журналов, библиографических справочников, локальной сети учебного заведения и через сеть Интернет. Особенное внимание обращается на периодические издания, газеты, журналы, где можно найти последние результаты исследований специалистов. Важно подобрать источники современной зарубежной литературы.

При изучении конкретного источника информации целесообразно максимально его использовать для всей работы, для чего необходимо конспектировать основные положения, мысли и суждения, которые касаются соответствующих разделов ВКР. Рабочие записи следует периодически пересматривать, уточнять и после необходимых дополнений класть в основу изложения сущности вопросов, предусмотренных планом работы.

Методика изучения литературы, как основы научного исследования в научной работе, зависит от характера и индивидуальных особенностей обучающегося - интеллектуального уровня и специальной подготовки, эрудиции, особенностей памяти, навыков и работоспособности. Вместе с тем целесообразным является соблюдение общих правил освоения литературы.

Формирование текста научной работы осуществляется путем систематизации и обработки собранных материалов по каждой позиции содержания работы. В текст вносятся только правильно подобранные и проанализированные материалы.

Написание основной части научной работы. Основная часть работы разделяется на 3 раздела. Каждый раздел или подраздел должен иметь такую структуру: краткое введение; факты и их описание; проведение исследования, на основе выбранного научного методологического аппарата; выводы, которые должны нести научную новизну или личное мнение автора по уже известному материалу как результату проведенного исследования.

Проанализированный и систематизированный материал выкладывается в соответствии с содержанием отдельных разделов и подразделов. Каждый раздел освещает самостоятельный вопрос, а подраздел - отдельную часть этого вопроса.

Выполнению основного задания научного исследования будет способствовать широкое использование известных в науке методов накопления, изучения, систематизации фактов и практического опыта в целом, что даст возможность соединить разные разъединенные знания в целостную систему, вывести определенные закономерности, определить дальнейшие тенденции развития теории и практики соответствующей сферы деятельности.

На этом этапе обучающийся осуществляет сбор вторичной внешней и внутренней информации в конкретных торговых предприятиях, которая позволяет провести диагностику и оценку влияния основных факторов маркетинговой среды на деятельность предприятия, проанализировать состояние и динамику проблемы, которая является предметом исследования.

Отдельные темы дипломных работ предусматривают также получение первичной информации на основе проведения опросов, потому обучающийся должен заблаговременно разработать анкету и определить численность и состав опрашиваемых.

Этот этап предусматривает обработку собранной информации, ее анализ с помощью комплекса традиционных и современных методов с использованием компьютерных программ, которые рекомендуются кафедрой или разработаны самостоятельно обучающимися, формулировки проблем практической реализации вопросов, которые были рассмотрены в работе.

По результатам исследования и на основе обобщения теории и мирового опыта обучающимся разрабатываются направления (варианты) решения выявленных в деятельности торговых предприятий проблем.

Научную работу рекомендуется выполнять сначала в черновом варианте. Это позволяет вносить в текст необходимые изменения и дополнения, как по инициативе самого автора, так и согласно замечаниям руководителя. Прежде чем представлять черновик руководителю, нужно еще раз пересмотреть, логично ли изложен материал, есть ли связь между разделами и подразделами, "работает" ли весь текст на главную идею научной работы. Такой структурный анализ работы поможет лучше увидеть нелогичность в ее структуре и содержании.

Особенное внимание целесообразно уделять наглядности представления результатов исследования и разработанных предложений.

Текст научной работы должен быть отредактированным, стилистически выдержанным как научное исследование. Окончательное оформление научной работы осуществляется в соответствии с требованиями, представленными в разделе 4 "Оформление ВКР" данного учебного пособия.

ВКР в установленный срок должна быть представлена обучающимся на кафедру маркетингового менеджмента для проверки руководителем. По результатам проверки работы при наличии предусмотренных документов и раздела по БЖД; если оригинальность текста по результатам проверки на антиплагиат не менее 50%; объем текста ВКР не превышает 60 страниц; ВКР представляет собой актуальное исследование с обоснованными реальными результатами и рекомендациями, выполненное с использованием современных

компьютерных технологий руководитель принимает решение о допуске ее к защите, или возвращает обучающемуся на доработку в соответствии с замечаниями.

За все сведения, изложенные в ВКР, порядок использования фактического материала и другой информации во время ее написания, обоснованность выводов и положений, которые в ней содержатся, несет ответственность непосредственно обучающийся - автор работы.

Для обеспечения высокого уровня выполнения ВКР обучающиеся должны овладеть методологией научных исследований.

2 МЕТОДОЛОГИЯ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

В соответствии с образовательной характеристикой при подготовке бакалавров менеджмента важным заданием является овладение обучающимся методологией научных исследований, в частности методами самостоятельного решения научно-практических заданий, приобретения навыков их приложения в практической деятельности с наибольшей эффективностью.

Знание методологии научных исследований обучающиеся должны применять при изучении профессионально-ориентированных дисциплин, а также при выполнении ВКР.

Необходимо усвоить, что научные исследования - это целенаправленный процесс познания, который осуществляется с целью открытия состояния закономерностей изменения объектов, которые изучаются, в зависимости от конкретных условий, места и срока их функционирования для дальнейшего использования в практической деятельности.

При проведении научных исследований следует руководствоваться "Международным кодексом по практике маркетинговых и социальных исследований", в котором определены основные принципы проведения исследований, сроки, правила.

Важным элементом методологии научных исследований являются принципы, то есть постоянно действующие основные положения, характерные для всей системы научных исследований. Необходимо придерживаться таких принципов: системный и ситуационный подход к проведению научного исследования, многовариантность, дифференциация подходов к организации проведения исследования в зависимости от особенностей объекта исследования, его цели, заданий; динамический, непрерывный характер процесса научного исследования; наличие концепции проведения научных исследований, которую поняли бы все исполнители, заказчики, пользователи; целевая направленность на приоритетные экономические и социальные проблемы.

Цель научных исследований, обучающихся - развитие, использование их творческого и трудового потенциала для решения проблем повышения эффективности управления торговыми предприятиями, удовлетворение спроса и потребностей потребителей.

Исследовательская деятельность предусматривает высокую способность

обучающихся к творческому научно-исследовательскому мышлению, главной предпосылкой которого является объем и глубина научных знаний, их постоянное и систематическое пополнение и обновление. Важнейшей составляющей творческого мышления является способность к прогностическому мышлению.

Задачи научного исследования:

- овладение обучающимися научными методами познания, углубления и творческое усвоение учебного материала по профессионально-ориентированным дисциплинам;
- изучение методики и средств самостоятельного разрешения научных проблем менеджмента и логистики.

Исследовательская деятельность обучающихся должна осуществляться в разных формах. Обучающимся необходимо овладеть теоретическими принципами и методологией проведения научных исследований в сфере менеджмента и логистики, применять добытые знания по методике исследований при проработке конкретных актуальных тем.

Формированию научно-исследовательских навыков, обучающихся будут способствовать: мониторинг и составление обзоров специальной, методической, справочной литературы и других источников по выбранной теме, подготовка реферата по конкретной проблеме. Это позволяет обучающемуся ознакомиться с состоянием информационного обеспечения определенной темы, учитывать и максимально использовать результаты исследований, которые были проведены раньше.

В процессе обучения обучающиеся, работая в студенческих научных кружках кафедры маркетингового менеджмента, должны готовить специальные научные доклады на принципах углубленного, всестороннего изучения теоретических источников и конкретных материалов деятельности торговых предприятий, выступать с ними на заседаниях кружков по проблемам менеджмента, маркетинга, логистики защищать свои выводы и предложения. Лучшие доклады рекомендуются для сообщения на научной конференции обучающихся ФГБОУ ВО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского» или в других вузах, опубликование тезисов докладов, научных статей в сборниках НИРС.

Обучающиеся, которые выявили способности к проведению научных исследований и активно участвуют в НИР, кафедра маркетингового менеджмента привлекает к выполнению госбюджетных и хоздоговорных тем.

Для закрепления элементов исследования на этапе начального научного поиска обучающихся направления подготовки 38.03.02 Менеджмент выполняют курсовые работы по дисциплинам:

– профиль Менеджмент организаций:

по дисциплине «Менеджмент» (4 семестр);

по дисциплине «Управление человеческими ресурсами» (6 семестр);

по дисциплине «Стратегический менеджмент» (7 семестр);

по дисциплине «Маркетинг предприятия» (8 семестр).

– специализация «Логистика»:

по дисциплине «Менеджмент» (4 семестр);

по дисциплине «Логистика» (6 семестр);

по дисциплине «Стратегический менеджмент» (7 семестр);

по дисциплине «Маркетинг предприятия» (8 семестр).

Материалы курсовых работ в дальнейшем целесообразно обобщить, а результаты НИР использовать при выполнении в ВКР.

Сложность научных исследований, комплексность и длительность их выполнения вызывает необходимость распределения процесса НИРС на логично взаимообусловленные и взаимоувязанные этапы:

- выбор темы исследования и ее конкретизация;
- определение методологии научного исследования;
- проработка рабочей гипотезы;
- организация сбора информации;
- обработка и анализ собранных материалов;
- обоснование выводов и предложений;
- оформление результатов исследований;
- обсуждение и рецензирование результатов научного исследования;
- внедрение результатов научных исследований в практику.

Выбор темы научного исследования обучающимся должны осуществлять самостоятельно, руководствуясь такими критериями: актуальность темы (значимость, необходимость и неотложность ее решения для потребностей страны); ожидаемая эффективность разработки; новизна и перспективность темы исследования; соответствие темы, которое избирает обучающийся, профилю обучения менеджеров; возможность разработки темы в ФГБОУ ВО ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского с точки зрения времени, обеспечения литературой, методиками, материалами; соответствие темы направлениям НИР кафедры маркетингового менеджмента, который облегчает поиск соответствующих научных методов и решений, ускоряет процесс внедрения результатов исследования.

Выбирая тему, обучающийся должен ознакомиться с перечнем и содержанием работ по данной проблеме, выделить и систематизировать вопросы, которые недостаточно разработаны, дискутируются, требуют дальнейшей разработки, не разработанные, вытекающие из выводов проведенных исследований.

В соответствии с избранной темой научного исследования обучающемуся следует самостоятельно подобрать специальные литературные источники (книги, брошюры, статьи), нормативные документы, статистические материалы и выучить теоретические принципы и историю вопроса. С учетом этого окончательно формулируется тема.

Обучающийся должен акцентировать внимание на том, что эффективность научного исследования обусловлена правильным использованием методологии.

Методология - наука (учение) о методах и средствах исследования.

Развитие методологии науки связано с развитием методов научного познания действительности, общими законами развития научного знания, проверкой истинности теории практикой.

Главной целью методологии является изучение средств, методов и приемов исследования, с помощью которых приобретаются новые знания в науке.

Предмет изучения методологии - это понятие и методы самой науки, область их применения, обоснованность научных результатов, осмысления достижений науки.

В связи с этим необходимо овладеть терминами: метод, методика, методология научного исследования и их взаимосвязь.

Относительно научного исследования методом является средство или система средств исследования и познания определенного объекта или явления. На принципах выбора методов, которые используются на отдельных этапах исследования, определяется методика исследования - совокупность методов и приемов правильного и целенаправленного изучения явлений, процессов.

Следует знать, что методологическим инструментом, который организует процесс исследования и определяет его логику, является рабочая гипотеза.

Рабочая гипотеза - это направляющая научная идея, которая требует дальнейшей проверки. После проверки гипотеза превращается или в достоверную теорию, или в достоверное знание определенного факта. Отказ от гипотезы, которая оказалась неправильной, также является существенным шагом вперед в поисках истины, поскольку ошибочные гипотезы углубляют познание, указывают на трудности проблемы и побуждают к поиску лучших решений.

Обучающемуся необходимо помнить, что научный уровень исследования определяется его методом. Относительно процесса познания метод исследования является формой практического и теоретического изучения определенного объекта путем использования разных средств. Методы исследования можно разделить на общие и специальные. Общие методы используются в отдельных областях науки на отдельных этапах исследования. Специальные методы используются для решения специфических групп заданий в каждой области науки.

Методология науки выделяет теоретический и эмпирический уровни познания. Теоретическое познание базируется на научных теориях. К эмпирическим относятся знания из повседневной осознанной практики, специальные научные данные, которые получены в процессе наблюдения, эксперимента. В связи с уровнями познание выделяют и виды методов исследования.

К эмпирическим методам научного исследования относятся наблюдение, сравнение, измерение, эксперимент.

К теоретическим методам научного исследования относятся обобщающие (восхождение от абстрактного к конкретному, идеализация, формализация, аксиоматизация) и частичные (определение, описание и интерпретация).

Обучающийся должен знать, что системный подход к изучению предметов и явлений обусловливает необходимость комплексного использования разных методов исследования.

Специальные методы, которые применяются в научных исследованиях в сфере торговли, распределяются в соответствии с отдельными этапами проведения исследований на методы сбора информации, ее обработки, анализа, программных (плановых) расчетов и методы прогнозирования.

На принципах выбранных методов, которые используются на отдельных этапах исследования, должна определяться общая методика исследования.

Будущим бакалаврам следует усвоить, что методические принципы исследования состоят из общенаучных, аналитических, прогностических методов.

Общенаучные методы - это системный, ситуационный анализ, программно-целевой подход, комплексные исследования. Они используются при исследовании рыночной ситуации, обосновании целей маркетинговой деятельности во взаимосвязи с целями функционирования предприятия, разработке стратегии и тактики достижения целей, маркетинговых программ, при изучении взаимосвязи расходов и результатов деятельности.

Аналитические методы включают:

- методы сравнения, группировки, балансовый, графический, табличный, цепных подстановок, индексный;
- линейное программирование - используется для решения экстремальных задач (формирование оптимального ассортимента товаров при ограниченности ресурсов, планирования товарооборота в ассортиментном разрезе, решения транспортных задач, выбор рациональных форм товарообеспечения, обоснование оптимального уровня товарных запасов, определение рационального размещения складской и торговой сети и др.);
- сетевое планирование - предназначено для исследования и управления взаимоувязанными работами, которые выполняются для достижения одной или нескольких целей (разработка программ комплексных мероприятий, которые направлены на увеличение продажи товаров, завоевания определенной доли рынка, получения определенной прибыли, повышения качества обслуживания, разработка новых товаров и экспериментальное их испытание на рынке; подготовка рекламных кампаний);
- теорию массового обслуживания - целесообразно использовать для определения длительности и очередности обслуживания заказчиков, покупателей, составления графиков снабжения, управления товарными запасами;
- метод деловых игр - следует применять для исследования и определения оптимальной стратегии в ситуациях, которые имеют игровой характер, для выбора оптимального варианта из разных решений;
- теорию связи - рассматривает механизм обратных связей, позволяет получить информацию с рынка и более эффективно ее использовать;
- факторный анализ - позволяет определить влияние факторов на

результаты маркетинговой деятельности;

- кластерный анализ - это распределение совокупности объектов на относительно однородные группы соответственно с их потребностями;
- многомерное шкалирование - позволяет получить пространственное отображение отношений, которые существуют между объектами (например,: оценка конкурентоспособности товаров в сравнении с образцом; сопоставление имиджа двух предприятий);
- контент-анализ - это формализированный, количественный анализ (изучение) документов с целью получения достоверной, надежной информации, в которой заинтересованные маркетологи; он используется, главным образом, при работе со вторичными данными социально-психологической направленности, а также при анализе результатов опросов; направления использования анализа контента : выявление и оценка характеристик текста, как индикаторов определенных сторон объекта, который изучается; выявления причин, которые вызывали сообщение; оценка эффекта влияния сообщения;
- мониторинг маркетинговой деятельности - это механизм осуществления специалистами-маркетологами предприятия постоянного наблюдения за важнейшими текущими результатами маркетинговой деятельности и финансового состояния предприятия в условиях динамической маркетинговой среды;
- дисперсионный анализ - необходимо использовать для оценки однородность совокупности, которая исследуется, и степени влияния факторов на процесс, который изучается;
- корреляционный анализ - следует использовать для определения направления и тесноты связи с помощью коэффициента корреляции, корреляционного отношения, степеней изменения результативных показателей под воздействием разных факторов с помощью коэффициента детерминации;
- регрессионный анализ - позволяет определить формы связи и степень влияния факторов на конкретные показатели деятельности предприятия.

Для разработки разных видов прогнозов следует использовать прогностические методы (прогнозы спроса, сбыта, маркетинговых расходов, товарных запасов и др.). Это методы экспертных оценок (метод Дельфи, метод кибернетических сессий, метод мозговых атак, метод номинального коллективного мышления); методы экономико-математического моделирования с помощью динамических коэффициентов эластичности, моделей трендов, один и многофакторных статичных и динамических уравнений регрессии; комплексные методы.

Также следует отметить, что существует комплекс технологий, присущих именно маркетингу и ориентированных на решение специфических маркетинговых проблем: маркетинговый (ситуационный) анализ; SWOT - анализ; STP -маркетинг, ABC -анализ ассортимента товаров; матричный метод; организационные механизмы для реализации теории маркетинга в практике (организационные структуры службы маркетинга, маркетинговое

программирование, разработка маркетингового бюджета).

В процессе написания ВКР обучающемуся также необходимо использовать основные методы, которые применяются для решения научных и практических задач в области логистики:

- методы системного анализа;
- методы теории исследования операций;
- кибернетический подход;
- методы моделирования.

Системный анализ – это методология общей теории систем, которая заключается в исследовании любых объектов с помощью представления их как систем, проведение их структуризации и следующего анализа.

Основными задачами системного анализа являются:

1) задача декомпозиции - означает представление системы в виде подсистем, которые состоят из меньших элементов;
2) задача анализа - заключается в нахождении разного рода характеристик системы, ее элементов во внешней среде с целью определения закономерностей поведения системы;
3) задача синтеза - заключается в том, чтобы на основе знаний о системе, полученных при решении первых двух задач, создать модель системы, определить ее структуру, параметры, которые обеспечивают эффективное функционирование системы, решение задач и достижение поставленных целей.

Исследование операций в логистике – это методология применения математических количественных методов для обоснования задач наиболее эффективного (или оптимального) управление логистическими системами. Целью исследования операций является количественное обоснование принятых решений по управлению логистическими системами.

Типичными задачами исследования операций в логистике являются:

1. Задачи распределения ресурсов - возникают в случае, когда ресурсов, которые имеются в наличии, не хватает для эффективного выполнения каждой из намеченных работ, и необходимо наилучшим образом распределить ресурсы по работам в соответствии с выбранным критерием оптимальности.
2. Задачи ремонта и замены оборудования предусматривают, что любое оборудование со временем изнашивается и стареет, и потому требует своевременного ремонта или полной замены на новое оборудование.
3. Задачи управления запасами возникают, когда экономический объект не может работать без производственных или товарных запасов, поскольку их отсутствие приводит к простоям, штрафам, потере клиентов и т.д.
4. Задачи сетевого планирования сложных проектов возникают при строительстве и реконструкции каких-нибудь больших объектов (логистических центров, грузовых терминалов); подготовке производства к выпуску продукции.
5. Задачи выбора маршрута состоят в определении наиболее экономического

маршрута по критерию времени, расстояния или стоимости проезда.

6. Задача массового обслуживания касается изучения систем обслуживания клиентов, поскольку поток требований клиентов случайный и не управляем.

Кибернетический подход – исследование системы на основе принципов кибернетики[1], в частности с помощью выявления прямых и обратных связей, изучения процессов управления, рассмотрения элементов системы в виде «*черных ящиков*» (систем, в которых исследователю доступная лишь их входная и исходная информация, а внутреннее содержание может быть и неизвестный).

Широкое применение в логистике имеют разные методы ***моделирования***, т.е. исследование логистических систем и процессов путем построения и изучение их моделей. При этом под логистической моделью понимается любой абстрактный или материальный образ логистического процесса или логистической системы. Выделяются изоморфные и гомоморфные модели.

Изоморфные модели – это модели, которые включают все характеристики объекта-оригинала и способные, в сущности, заменить его.

Гомоморфные модели – это модели, в основе которых лежит полная или частичная подобность модели исследуемому объекту. При этом некоторые стороны функционирования реального объекта не моделируются совсем. В результате упрощается построение модели и интерпретация результатов исследования. При моделировании логистических систем абсолютное подобие не имеет места, поэтому в логистике рассматриваются лишь гомоморфные модели, которые могут быть материальные и абстрактные (символьные и математические).

Имитационное моделирование – это разновидность аналогового моделирования, реализованное с помощью набора математических инструментальных средств, специальных компьютерных программ и технологий программирования, которое позволяет провести целенаправленное исследование структуры и функций реального логистического процесса в памяти компьютера в режиме «имитации», выполнить оптимизацию его временных и стоимостных параметров.

Все методы и модели в логистике можно также распределить в зависимости от функциональной области логистики (таблица 2.1)

Таблица 2.1 – Методы и модели логистики

Вид логистики	*Модели, методы, алгоритмы*
Закупочная логистика	• Алгоритм выбора поставщика материальных ресурсов • Методы прогнозирования: показателей рынка сырья и материалов; потребностей, спроса (как отдельные блоки в системах MRP, DRP); первичной, вторичной и третичной потребности в сырье и материалах и др. • Модель «сделать или купить» (Make or Buy)

[1] Кибернетика – наука об общих законах управления в природе, обществе, живых организмах и машинах, которая изучает информационные процессы, связанные с управлением динамическими системами

	• АВС-анализ поставщиков
Производственная логистика	• Модели и методы «исследования операций» (теория массового обслуживания) • Методы теории прогнозирования • Методы статистической оценки и контроля производственных процессов • Модели управления запасами материальных ресурсов, незавершенного производства и готовой продукции • АВС-анализ
Распределительная логистика	• Алгоритм выбора оптимального варианта распределения материального потока • Модель решения задачи размещения распределительных складских центров (РСЦ) при распределении материальных потоков (производственно-транспортная задача) • Метод определения «центра тяжести» для определения координат размещения распределительного центра • Алгоритм выбора логистических посредников
Логистика складирования	• Метод Парето (размещение товаров на складе, определение номенклатуры) • Методика принятия решения об аренде или строительстве склада • Модель выбора оптимального размещения складов

Продолжение таблицы 2.2

Логистика запасов	• Модель EOQ (Economic order quantity) экономичного (целесообразного) размера заказа и ее модификации; • Модели контроля и управления запасами: с постоянным размером заказа; с фиксированным временным интервалом; с установленной периодичностью пополнения запасов до постоянного уровня; система управления запасами «минимум - максимум» • Нестандартные и стохастические модели управления запасами • Метода АВС-анализ и XYZ-анализа
Транспортная логистика	• Модели выбора перевозчиков • Маршрутизация перевозок: • Модель «точно во время» • Экономико-математическая модель макрологистической системы (производственно-транспортная задача) • Модели логистических центров «производство – транспорт – потребление»

Аналитические и прогностические методы на современном этапе целесообразно использовать на принципах компьютерных программ.

При организации сбора информации в предприятии необходимо предусмотреть:

- правильный выбор объектов обследования;
- обоснованное определение показателей, которые подлежат сбору;
- разработку методик получения отдельных показателей;
- правильное документальное оформление данных обследования.

Объект и предмет исследования тесно связаны с избранным направлением исследования.

Объект исследования - процесс управления предприятиями по выбранным направлениям исследования в условиях маркетинговой ориентации.

Предметом исследования является совокупность теоретических, методологических положений и механизм управления предприятиями по выбранным направлениям исследования.

Правильное определение объекта и предмета исследования способствует обоснованности его результатов. Сформулировав объект и предмет исследования, необходимо определить параметры реальных предприятий, на материалах которых осуществляется исследование, то есть полноту изучения отдельного аспекта управления предприятием в соответствии с целью исследования. Поэтому задание исследователя заключается в формировании досье предприятия согласно разработанной схемы.

Сбор показателей в предприятиях должен проводиться в несколько этапов:

- разработка перечня всех исходных показателей по каждому изучаемому вопросу и методике их получения;
- формирование перечня исходных показателей по теме;
- определение источников получения информации, разработка форм сбора показателей (таблицы, анкеты).

Собранные информативные материалы необходимо обработать и систематизировать с помощью таких методических приемов как классификация, типология, ранжирование. По результатам систематизации данных должны быть рассчитаны относительные и средние величины, обработанные ряды динамики, определенные основные тенденции развития, разработанные таблицы, графика с использованием персональных компьютеров, компьютерных программ.

Полученную первичную и повторную информацию нужно проверить с точки зрения ее логического соответствия конечным результатам исследования.

Обработанные информативные материалы обучающийся должен глубоко проанализировать с помощью комплекса экономического, маркетингового, функционально-стоимостного анализа, довести или отбросить выдвинутые на предыдущих этапах исследования гипотезы.

Прежде чем делать выводы (краткое изложение полученных результатов) обучающемуся следует еще раз проверить завершенность каждого раздела работы и доказанность аргументации работы в целом. Лишь после этого следует формулировать выводы по сути поставленной проблемы, вопросами

практического значения, внедрением и использованием полученных результатов.

Предложения относительно практического использования выводов при решении конкретного задания в определенных условиях должны быть перспективными. Выдвигая те или другие предложения, исследователь должен рассчитать их эффективность. Без такой оценки невозможно определить степень реальности проведения и окупаемости мероприятия. В том случае, когда при исследовании рекомендуется использовать одно из нескольких конкурирующих предложений, необходимо провести сравнительный расчет эффекта и расходов по каждому варианту и выбрать тот, который обеспечивает наилучшие показатели.

Собранные и обработанные в процессе исследования материалы, результаты анализа и обоснования рекомендаций необходимо превратить в согласованное, последовательное, научно-аргументированное изложение.

Общими требованиями относительно изложения результатов НИР являются такие: четкость построения и логическая последовательность представления материалов; убедительность аргументации; сжатость и точность формулировок, которые исключают возможности субъективного и неоднозначного толкования; конкретность изложения результатов работы; доказанность выводов и обоснованность предложений.

Заключительным этапом каждого исследования является его обсуждение и внедрение в практику. В процессе научной дискуссии участники должны оценить уровень исследования, выразить свое мнение относительно достижений исследователя, указать на недостатки, ошибки, обосновать возможные направления их исправления.

После обсуждения работы, получения консультаций и рецензий автор-исследователь должен провести необходимые уточнения, дополнения отдельных положений, устранить возможные несогласования между разделами.

Результативность исследования в значительной степени определяется уровнем его реализации. НИР целесообразно реализовать путем их непосредственного внедрения в практику деятельности торговых предприятий.

Ознакомившись с общей методологией научного исследования, обучающемуся необходимо адаптировать ее к выполнению ВКР.

Исследования, проведенные в рамках выполнения ВКР бакалавра, могут быть продолжены при выполнении диссертационной работы магистра, однако на более высоком уровне научных исследований, и отличаться глубиной и научной новизной.

3. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ, СОДЕРЖАНИЮ И ОФОРМЛЕНИЮ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

ВКР должна представлять собой оформленный по приведенным ниже требованиям логически и стилистически связный текст, раскрывающий проведенные исследования, которые направлены на решение поставленной профессиональной задачи.

Рекомендуемый объем ВКР (без списка использованных источников и приложений) должен составлять: для обучающихся по программам бакалавриата – 60 страниц печатного текста.

Выпускная квалификационная работа, выполняемая в форме дипломной работы (проекта), включает в себя такие структурные элементы:

1. титульный лист (приложение Б);
2. задание на выпускную квалификационную работу;
3. реферат;
4. содержание;
5. введение;
6. нормативные ссылки;
7. термины и определения;
8. основная часть (содержит разделы с соответствующими подразделами (параграфами), при необходимости пунктами и подпунктами);
9. выводы;
10. список использованных источников;
11. приложения.

ВКР должна свидетельствовать о квалификации бакалавра менеджмента, выполняться на актуальную тему, иметь научную ценность, практическую значимость и соответствующий уровень общеметодической подготовки, что должно находить отражение в композиции, структуре работы и содержании ее основных разделов.

ВКР должна быть написана на русском языке, научным стилем, логично и аргументированно.

Основные этапы подготовки и выполнения ВКР:

- выбор и утверждение темы;
- составление и утверждение задания на дипломную работу;
- проведение исследований;
- проработка и изложение результатов исследований;
- оформление ВКР;
- предварительная защита ВКР на выпускающей кафедре и допуск ее к защите в государственной экзаменационной комиссии (ГЭК);
- внешнее рецензирование ВКР;
- защита ВКР на заседании ГЭК.

Выбор темы ВКР. Тема ВКР должна отображать основную идею, задачи, положения, которые необходимо исследовать. Критерием выбора темы исследования является ее актуальность в отношении современных тенденций развития менеджмента в определенной сфере деятельности.

Темы дипломных работ формируются в соответствии с направлениями научно-исследовательской тематики выпускающей кафедры маркетингового менеджмента, современных достижений науки в предметной области сферы профессиональной деятельности.

Название темы должно быть четким, лаконичным и содержать однозначное толкование.

Закрепление темы ВКР и назначение руководителя осуществляется заведующим кафедрой и утверждается приказом Университета.

Предварительное закрепление обучающихся за темами и руководителями

(консультантами) осуществляется на основании заявления обучающегося (приложение Б) на имя заведующего выпускающей кафедрой, обсуждается на заседании выпускающей кафедры и фиксируется в протоколе.

Темы ВКР могут предлагаться конкретными предприятиями, организациями, учреждениями. В этом случае предприятие, организация, учреждение предоставляет кафедре письменный заказ (приложение В) на выполнение определенной темы. Важно, чтобы тема ВКР была актуальна для того предприятия, организации, учреждения, на материалах которого будут проведены исследования, учитывала научные и профессиональные интересы обучающегося и накопленные им теоретические знания.

Композиция выпускной работы - это последовательность расположения ее основных частей, к которым относятся основной текст (то есть разделы и подразделы), а также элемента ее справочно-сопроводительного аппарата.

Титул является первой страницей ВКР и оформляется в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования и требованиями высшего учебного заведения (приложение Г).

Задание на дипломную работу содержит цель, объект и предмет исследования, развернутое содержание (план) работы, календарный график выполнения работы (приложение Д). Задание формулируется руководителем ВКР, консультантом по БЖД и утверждается и заведующим кафедры маркетингового менеджмента.

Содержание ВКР определяется ее темой и отражается в плане, который утверждается научным руководителем, размещается непосредственно после дипломного задания, начиная с новой страницы. Содержание включает: введение; последовательно перечисленные названия всех разделов и подразделов; выводы; список литературы; приложения.

Во введении ВКР отмечаются: проблема, которая требует решения, степень ее исследования; обосновывается актуальность выбранной темы, цель и задачи исследования; формулируется объект и предмет исследований, практическая значимость для предприятия. Во введении рекомендуется охарактеризовать методологическую и информационную базу выполнения работы, привести количество и перечень компьютерных программ, которые были использованы или разработаны при написании работы. Также необходимо привести данные об апробации результатов исследований на научно-практических конференциях, при наличии публикаций необходимо их перечислить и предоставить копии в дополнениях. Объем введения, как правило, не должен превышать 2 - 3 страницы.

Актуальность темы подается в виде критического анализа и направлений решения проблемы, обоснования необходимости исследований для предприятий.

Цель и задание работы должны быть четко сформулированными и отображать тематику исследования:

- цель (изучение объекта исследования в управлении предприятием

по выбранному направлению, разработка предложений по его совершенствованию);

- задачи (должны соответствовать основным направлениям (содержанию) исследования).

Объект исследования ВКР - это процесс или явление, которое описывает проблемную ситуацию и выбраны для изучения (процесс управления выбранным направлением исследования в условиях маркетинговой ориентации для профиля Менеджмент организаций или определенное направление логистической деятельности для профиля Логистика).

Предметом исследования ВКР являются социально-экономические закономерности функционирования и развития объекта, разнообразные его качества, свойства и тому подобное (совокупность теоретических, методологических положений и механизм управления выбранным направлением исследования для профиля Менеджмент организаций или механизм осуществления логистической деятельности для профиля Логистика). Предмет исследования содержится в пределах объекта.

Объект и предмет как категории научного процесса соотносятся между собой как общее и частное.

Методы исследований - способ приобретения достоверных научных знаний, умений и практических навыков в разных сферах деятельности.

Практическая значимость должна содержать результаты самостоятельно проведенных исследований, которые могут быть внедрены в деятельность предприятий.

Основная часть ВКР состоит из четырех разделов (теоретический, исследовательско-аналитический, рекомендательный, раздел по безопасности жизнедеятельности) и подразделов, которые должны быть взаимоувязаны, а материал - изложенным последовательно и логично с критическим анализом теоретических положений, статистических данных, информации разнообразного характера.

В первом теоретическом разделе основной части, которая состоит из двух взаимоувязанных подразделов, рассматриваются теоретические аспекты исследуемой проблемы, аналитический обзор литературных источников по предмету исследования, критически анализируются разные взгляды, осуществляется их классификация, обосновываются основные факторы влияния на состояние и развитие исследуемого объекта и т.д. Также изучается состояние проблемы в предприятиях, опыт решения проблемы в зарубежных фирмах.

Теоретическое обоснование, суть, значение, классификационные характеристики, история и тенденции развития предмета исследования, методические подходы должны иметь определенные элементы полемичности, раскрывать собственную позицию относительно предмета исследования, которое создает предпосылки для проведения в следующем разделе собственных прикладных исследований.

Для констатации и обоснования теоретических выводов и тенденций

целесообразно использовать данные, опубликованные в соответствующих энциклопедиях, монографиях, справочниках, статистических сборниках, других зарубежных источниках и изданиях, в т.ч. из наукометрической базы Scopus.

Во втором исследовательско-аналитическом разделе, который выполняется на практических материалах реально функционирующих предприятий (организаций), он содержит три взаимосвязанных подраздела, обучающийся, используя фактический материал и собранную информацию, анализирует и раскрывает содержание вопросов, которые подлежат изучению на примере конкретного реального предприятия.

Подраздел 2.1 "Диагностика состояния системы управления предприятием" имеет определенную последовательность изложения и состоит из следующих элементов:

- миссия и общая характеристика предприятия;
- мониторинг маркетинговой среды предприятия;
- оценка конкурентоспособности предприятия;
- построение матрицы SWOT.

Все эти составляющие раскрываются кратко с представлением основных таблиц, все другие вспомогательные материалы представляются в приложениях с ссылкой на них в тексте работы.

Подразделы 2.2, 2.3 раскрывают согласно избранной теме проблему исследования на основе анализа соответствующего процесса управления и оценки его эффективности.

Исследование проблемы должно осуществляться на основе накопленного и систематизированного материала, группирования и обработки данных, что позволяет проводить квалифицированный анализ, обосновывать предложения в следующем разделе. При этом обучающийся должен продемонстрировать обладание современным методическим инструментарием.

Третий рекомендательный раздел содержит два взаимосвязанных подраздела, в которых постепенно представлены конкретные обоснованные предложения по совершенствования объекта исследования и повышению эффективности управления им, исходя из результатов диагностики деятельности предприятия и выявленных проблем и недостатков. В этом разделе раскрывают также содержание и результаты собственных исследований, которые имеют практическое значение. В расчетах при обосновании предложений обучающиеся должны продемонстрировать навыки владения современными информационными технологиями.

Наименование раздела по безопасности жизнедеятельности формулируется конкрентным преподавателем кафедры естествознания и БЖД. Раздел должен, прежде всего, отвечать законодательству РФ в области безопасности и защиты населения в чрезвычайных ситуациях, нормативной документации ФГБОУ ВО «ДонНУЭТ», и прочим нормативно-правовым актам и справочной литературе.

Объектами изучения в разделе являются биологические и технические системы как источники опасности, а именно: человек и трудовые коллективы;

природная окружающая среда; техника и техносфера, с ее компонентами и, прежде всего, производственная среда; среда обитания в целом, характеризующаяся набором физических, химических, биологических, информационных и социальных факторов, оказывающих влияние на условия жизни и здоровье человека, трудовых коллективов и населения.

Объектами защиты – являются человек, трудовые коллективы и население.

Тема раздела «Безопасность жизнедеятельности» определяется преподавателем-консультантом кафедры естествознания и БЖД с учетом следующих данных:

1. Материалов, собранных обучающимся на преддипломной практике.

Это должны быть данные:

а) о топографическом расположении предприятия, учреждения, организации (адрес); штатный состав, и, при наличии, единовременное максимально возможное количество посетителей. Эти сведения необходимы для определения потенциальных угроз, исходящих от:

- природных опасностей (вероятность ураганов; снежных заметов; подтоплений; провалов, обусловленных подземными пустотами и т.д).;
- техногенных опасностей (наличие, в пределах досягаемости поражающими факторами, потенциально опасных предприятий);
- угроз в случае ведения боевых действий (расстояние от линии фронта, расположение в наиболее часто обстреливаемых районах);

б) данные о производственном помещении, так как особенности самого здания (сооружения) влияет на защищенность человека и трудовых коллективов в целом во время ЧС природного, техногенного и военного происхождения. К ним относится:

- конструктивные особенности здания (размеры, этажность, наличие подвального помещения, конструкция здания, размеры и расположение остекления);
- материалы, из которых изготовлены несущие стены, перекрытия, крыша;
- степень ветхости зданий;
- перечень оборудования, размещенного внутри зданий (технологические линии и оборудование, газовые или электрические нагревательные приборы, отопительные приборы и т.п.);
- наличие подведенных инженерных сетей (газификация здания, электроснабжение, водопровод и канализация, электрическая проводка), и, по возможности, степень изношенности данных коммуникаций;
- взрыво- и пожароопасность здания и помещений;

2. Тематики, направленности и объема дипломной работы.

В выводах ВКР рекомендуется подвести итоги проведенного исследования, изложить основные полученные практические результаты, рекомендации по их практическому использованию. Выводы могут быть как позитивными, так и негативными, в этом случае обучающийся должен четко

определить проблемы, которые требовали решения. В предложениях излагаются пути решения выявленных проблем и основные рекомендации по совершенствованию предметной области исследования.

Формулировка выводов и предложений должна базироваться в соответствии с поставленными заданиями на материалах основной части работы.

Для формулировки выводов и обоснованных предложений рекомендуется апробация основных положений исследования в реально действующих предприятиях профессиональной сферы деятельности.

Объем выводов, как правило, не должен превышать 3-4 страницы.

В список использованных источников следует включать источники, на которые в тексте есть ссылка, а также те, которые использованы при изложении конкретных положений. Список состоит из законодательных актов, нормативных материалов, перечня отечественной и зарубежной научной, учебно-методической и специальной литературы, профессиональных изданий, информационных ресурсов Интернета.

Список использованных источников составляется на основе рабочей картотеки и отображает объем использованных источников и степень изучения исследуемой темы. Он является "визитной карточкой" автора работы, его профессиональным лицом и свидетельствует об уровне обладания навыками работы с научной литературой. Составляя список использованных источников, следует придерживаться требований государственного стандарта (приложение Е).

В приложениях приводятся вспомогательные материалы: копии документов, выдержки из законодательно-нормативных документов, отчеты, инструкции/положения/правила, результаты социологических и маркетинговых исследований, громоздкие таблицы, рисунки и тому подобное.

4 ОФОРМЛЕНИЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Оформление ВКР должно соответствовать требованиям действующих нормативных документов по стандартизации (приложение Ж).

ВКР выполняется обучающимся (несколькими обучающимися совместно) в виде рукописи в печатном и в электронном виде. Рукопись ВКР должна быть переплетена в твердую обложку. Электронная версия ВКР записывается на компакт-диск в формате PDF, который передается в Научную библиотеку Университета для размещения в электронно-библиотечной системе.

ВКР должна быть выполнена в текстовом редакторе Microsoft Word и отпечатана на принтере на листах белой бумаги формата А4 (210×297 мм) с одной стороны. Текст на листе должен иметь книжную ориентацию. Основной

цвет шрифта – черный.

Параметры страниц в электронной версии работы: верхнее поле – 2 см, нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1,5 см; межстрочный интервал – 1,5; количество строк на странице – не более 40 (размер шрифта – 14 пунктов; гарнитура – Times New Roman). Текст работы должен быть отформатирован по ширине страницы, иметь отступы 1,25 см в начале каждого абзаца.

Страницы ВКР нумеруются арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Номер страницы проставляется в правом верхнем углу страницы без точки в конце (для инженерных направлений подготовки и специальностей в нижнем правом углу - в рамке) Титульный лист ВКР включается в общую нумерацию страниц, но номер страницы на нем не проставляется. Приложения включаются в общую нумерацию страниц.

Каждый структурный элемент ВКР начинается с новой страницы. Заголовки структурных элементов: «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ», «ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ», «РАЗДЕЛ», «ВЫВОДЫ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ», «ПРИЛОЖЕНИЯ» печатают прописными (большими) буквами симметрично тексту без точки в конце, не подчеркивая. Перенос слов в заголовке разделов не допускается.

Заголовки подразделов (параграфов) печатают строчными (маленькими) буквами (кроме первой прописной) с абзацного отступа, без точки в конце, не подчеркивая.

Разделы и подразделы должны иметь заглавия. Заглавия структурных элементов работы и заглавия разделов следует располагать посредине строки и печатать большими буквами без точки в конце, не подчеркивая. Заглавия подразделений, пунктов и подпунктов работы следует начинать с абзацного отступа и печатать маленькими буквами, кроме первой большой, не подчеркивая, без точки в конце. Абзацный отступ должен быть одинаковым на протяжении всего текста и равняться пяти знакам. Если заглавие состоит из двух и больше предложений, их разделяют точкой. Перенесения слов в заглавии раздела не допускается.

Расстояние между заглавиями и дальнейшим или предыдущим текстом должно быть не менее, чем две строки.

Расстояние между основами строк заглавия, а также между двумя заглавиями принимают такой же, как в тексте.

Не допускается размещать название раздела и подраздела, а также пунктов и подпунктов в нижней части страницы, если после нее размещена только одна строка текста.

Все таблицы в тексте должны быть пронумерованы и иметь заголовок (сверху). Все рисунки также должны быть пронумерованы, оси на графиках должны иметь обозначения, названия рисунков подписываются внизу под рисунком.

Ссылки на источники оформляют внутри текста в квадратных скобках. При цитировании в квадратной скобке указывают номер источника в списке

использованных источников и желательно страницу, на которой изложена данная цитата в этом источнике.

Приложения приводят в конце ВКР, размещая в порядке появления ссылок на них в работе. Каждое приложение начинают с новой страницы с указанием его обозначения.

Текст ВКР должен соответствовать научному стилю изложения и не содержать грамматических ошибок. ВКР с большим количеством ошибок не допускается к защите. Вписывать в отпечатанный текст отдельные слова, формулы, условные обозначения допускается только черными чернилами (пастой) или черной тушью.

Разделы, подразделы, пункты, подпункты работы следует нумеровать арабскими цифрами. Разделы ВКР должны иметь порядковую нумерацию и обозначаться арабскими цифрами без точки, например, 1, 2, 3 и так далее. Подразделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах каждого раздела. Номер подраздела состоит из номера раздела и порядкового номера подраздела, отделенных точкой. После номера подраздела точку не ставят, например, 1.1, 1.2 и так далее. Нумерация пунктов и подпунктов (при их наличии) осуществляется по той же схеме.

При оформлении ВКР следует правильно подавать таблицы, иллюстрации (графики, схемы, рисунки, чертежи, диаграммы, фотоснимки) и формулы.

Таблицы и иллюстрации следует размещать в работе непосредственно после текста, где они упоминаются впервые, или на следующей странице. На все таблицы и иллюстрации должны быть ссылки в работе. Если таблицы или иллюстрации созданы не автором работы, необходимо при представлении их в работе придерживаться требований действующего законодательства об авторских правах.

Таблицы, равно как и иллюстрации, следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией в пределах раздела, за исключением таблиц (иллюстраций), которые приводятся в приложениях. Номер таблицы (иллюстрации) состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы (иллюстрации), отделенных точкой, например, "Таблица 2.1 - Первая таблица второго раздела".

Таблица должна иметь название, которое печатают прописными буквами (кроме первой заглавной). Название таблицы следует помещать над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тир.

Если строки или графы таблицы выходят за пределы формата страницы, таблицу разделяют на части, перенося часть таблицы на следующую страницу, повторяя в каждой части таблицы ее заголовок и боковик. При разделении таблицы на части на каждую страницу переносится ее заголовок или боковик.

Слово "Таблица" и ее номер следует писать один раз слева над первой частью таблицы, над другими частями пишут: "Продолжение таблицы_____" с указанием номера таблицы.

Заглавия граф таблицы начинают с большой буквы, а подзаголовки - с малой, если они составляют одно предложение с заглавием. Подзаголовки,

которые имеют самостоятельное значение, пишут с большой буквы. В конце заглавий и подзаголовков таблиц точки не ставят.

Иллюстрации должны также иметь название, которое размещают под иллюстрацией. По необходимости под иллюстрацией размещают объяснительные данные (подрисуночный текст). Иллюстрация обозначается словом "Рисунок___", которое вместе с номером и названием иллюстрации размещают после объяснительных данных, например, "Рисунок 2.1 - Схема аппарата управления предприятия".

В случае необходимости объяснения содержания текста, таблицы или иллюстрации в работе используют примечания. Примечание располагается непосредственно после текста, таблицы, иллюстрации, которых они касаются. Одно примечание не нумеруют. Слово "Примечание" печатают с большой буквы из абзацного отступления, не подчеркивают, после слова "примечание" ставят точку и с большой буквы в той же строке подают текст примечания.

Например

Примечание. _____.

Несколько примечаний нумеруют последовательно арабскими цифрами с точкой. После слова "Примечание" ставят двоеточие и с новой строки с абзаца после номера примечания с большой буквы подают текст примечания.

Например

Примечание:

1._____

2._____

Объяснение к отдельным данным, приведенным в тексте или таблицах, допускается оформлять сносками, которые помечают надстрочными знаками в виде арабских цифр (порядковых номеров) со скобкой. Нумерация сносок - отдельная для каждой страницы. Текст сноски вмещают под таблицей или в конце страницы и отделяют от таблицы или текста линией длиной 30-40 мм, проведенной в левой части страницы. Текст сноски начинают с абзацного отступления и печатают с минимальным межстрочным интервалом.

Формулы и уравнения располагают непосредственно после текста, в котором они вспоминаются, посредине страницы. Выше и ниже каждой формулы должно быть оставлено не меньше одной свободной строки. Номер формулы и уравнения состоит из номера раздела и порядкового номера формулы или уравнения, отделенных точкой, и отмечается на уровне формулы или уравнения в скобках в крайнем правом положении на строке.

Объяснение значения каждого символа и числового коэффициента следует давать с новой строки. Первую строку объяснения начинают с абзаца словом "где" без двоеточия.

При написании работы обучающийся должен творчески использовать информацию, которая подается в литературе, а при использовании материала, отдельных результатов, факторов, цифр делать ссылку на соответствующий источник.

В тексте ВКР следует давать ссылку на номера списка. Ссылку в тексте

работы на источник следует отмечать его порядковым номером в перечне источников, выделенным двумя квадратными скобками, например, [54]. Если ссылка осуществляется на отдельную страницу, она также указывается квадратных скобках после номера источника в списке литературы, например,[54, с. 23].

Список использованных источников оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1-2003 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления». Список источников, которые использовались при написании ВКР, отображает степень овладения обучающимся данной проблемы. При составлении списка использованных источников надо придерживаться требований, которые предъявляются к их оформлению. В списке источников, которые использовались при написании ВКР, сначала целесообразно привести законодательные акты (кодексы, законы, постановления, указы), а потом в алфавитном порядке подать перечень монографий, учебников, статей и тому подобное (приложение Ж)

В приложении могут быть включены дополнительные таблицы, иллюстрации, материалы, которые из-за большого объема, специфики или формы представления не могут быть отнесены в основную часть (промежуточные расчеты; методики, программы работ, анкеты и др.).

Приложения оформляют как продолжение научной работы на следующих ее страницах, размещая их в порядке появления ссылок в тексте. Каждое приложение должно начинаться с новой страницы. Оно должно иметь заглавие. Заглавие приложения начинается с прописной буквы симметрично относительно текста страницы. Посредине строки над заглавием должно быть написано слово "ПРИЛОЖЕНИЕ __" и прописная буква, которая помечает приложение. Приложения стоит помечать последовательно прописными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением Ё, З, Й, О, Ч, Ь, Ы, Ъ. Одно приложение обозначается как ПРИЛОЖЕНИЕ А.

Если приложение содержит несколько таблиц или рисунков, они нумеруются, их номер состоит из буквы, которая помечает приложение, и порядкового номера таблицы (рисунка в нем), разделенных точкой. Например, Таблица В.2.

ВКР подается к защите, переплетенной в жесткой обложке.

5 ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Организация выполнения ВКР начинается с выбора темы.

Профиль Менеджмент организаций:

Тема ВКР должна отображать проблематику функциональных направлений управленческой деятельности и основных производственных функций и типичных задач деятельности, которые формируют составляющие профессиональной компетентности бакалавра. Работа должна выполняться на

одну из тем дисциплин, которые изучались обучающимся: «Менеджмент предприятия», «Теория организаций», «Самоменеджмент», «Контролинг», «Управление персоналом», «Организационное поведение», «Моделирование управленческих решений», «Информационные системы в менеджменте», «Маркетинг предприятия», «Стратегический менеджмент», «Операционный менеджмент», «Логистика», «Управление безопасностью бизнеса», «Управление рисками» (см. раздел 7).

Профиль «Логистика»:

Тема ВКР должна отображать проблематику функциональных направлений логистической деятельности и основных производственных функций и типичных задач деятельности, которые формируют составляющие профессиональной компетентности бакалавра. Работа должна выполняться на одну из тем дисциплин, которые изучались обучающимися: «Логистика», «Логистический менеджмент», «Менеджмент предприятия», «Моделирование управленческих решений в логистике», «Управление персоналом», «Стратегический менеджмент», «Маркетинг предприятия», «Контролинг логистических систем», «Бенчмаркинг», «Управление рисками», «Управление безопасностью бизнеса» (см. раздел 8).

Обучающийся обязан выбрать тему ВКР не позднее 1 месяца до начала преддипломной практики, предусмотренной графиком организации учебного процесса.

В случае, если обучающийся не выбрал тему ВКР в установленный срок, тема ВКР ему определяется решением заведующего выпускающей кафедрой.

По решению выпускающей кафедры может быть сформулирована комплексная тема, разрабатываемая несколькими обучающимися. Каждая часть комплексной темы имеет свое название, вытекающее из общей формулировки темы, выполняется одним обучающимся и оформляется отдельной ВКР.

Темы ВКР с указанием руководителей (консультантов), оформляются приказом по Университету до начала последней экзаменационной сессии для дипломной работы – не позднее начала выполнения ВКР.

Изменение темы ВКР возможно в исключительных случаях по личному заявлению выпускника и представлению заведующего кафедрой на основании выписки из протокола заседания выпускающей кафедры не позднее, чем за один месяц до начала государственной итоговой аттестации и оформляется приказом ректора.

Тематика дипломных работ ежегодно пересматривается и утверждается выпускающей кафедрой маркетингового менеджмента.

При определении тематики и содержания ВКР бакалавра необходимо исходить из того, что в процессе выполнения работы обучающийся в соответствии с квалификационными требованиями должен проявить:

- знания общетеоретических, общеэкономических и профессионально-ориентированных дисциплин, которые раскрывают теоретические основы и

практические вопросы менеджмента или логистики;

- умение подбирать, систематизировать и обрабатывать информацию в соответствии с целями исследования;
- умение формулировать выводы и обосновывать конкретные предложения по совершенствованию управления отдельными направлениями деятельности реально исследуемого объекта (специализация «Менеджмент организаций») или отдельными видами логистической деятельности (специализация «Логистика»);
- умение определять и использовать причинно-следственные связи процессов и явлений в прикладной отрасли.

Тему ВКР обучающийся должен выбирать из рекомендованной кафедрой маркетингового менеджмента тематики самостоятельно, с учетом своих научных интересов, уровня теоретической подготовки, возможности получения информации в предприятиях, на материалах которых будет проводиться исследование. Обучающийся выбирает для ВКР тему, учитывая, как правило, темы своих предыдущих курсовых работ. В то же время он может предложить другую тему с обоснованием ее целесообразности, актуальности возможности раскрытия, а также с учетом заказа с базы практики на разработку конкретной темы. Для обучающегося заочной формы обучения тема ВКР, кроме того, должна быть связана с местом их работы, должностью, которую они занимают, квалификацией, приобретенным опытом и иметь практическое значение для конкретного предприятия. Тему ВКР следует обязательно согласовывать с руководителем работы.

Тема ВКР и назначенный кафедрой маркетингового менеджмента руководитель из числа преподавателей. Руководители в течение всего срока выполнения дипломных работ проводят индивидуальные и групповые консультации.

Обучающийся (несколько обучающихся, выполняющих ВКР совместно) обязан (обязаны) выбрать тему ВКР не позднее 1 месяца до начала преддипломной практики, запланированной календарным учебным графиком по соответствующей ОПОП ВО.

По письменному заявлению обучающегося (нескольких обучающихся, выполняющих ВКР совместно) предоставляется обучающемуся (обучающимся) возможность подготовки и защиты ВКР по теме, предложенной обучающимся (обучающимися), в случае обоснованности целесообразности ее разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности.

В случае, если обучающийся не выбрал тему ВКР в установленный срок, тема ВКР ему определяется решением заведующего выпускающей кафедрой.

Темы ВКР могут предлагаться конкретными предприятиями, организациями, учреждениями. В этом случае предприятие, организация, учреждение подает кафедре письменный заказ (приложение В) на выполнение определенной темы. Важно, чтобы тема ВКР была актуальна для того предприятия, организации, учреждения, на материалах которого будут

проведены исследования, учитывала научные и профессиональные интересы обучающегося и накопленные им теоретические знания.

Предварительное закрепление обучающихся за темами и руководителями (консультантами) осуществляется на основании заявления обучающегося (приложение Б) на имя заведующего выпускающей кафедрой, обсуждается на заседании выпускающей кафедры и фиксируется в протоколе.

Для подготовки ВКР обучающемуся выпускающей кафедрой назначается научный руководитель из числа наиболее квалифицированных научно-педагогических работников и специалистов-практиков и, при необходимости, консультант (консультанты). Обучающийся указывает желаемого научного руководителя в заявлении на закрепление темы ВКР (приложение Б). Указанный научный руководитель должен поставить на заявлении свою подпись, что будет означать его согласие на руководство. При этом окончательное решение по утверждению научного руководителя ВКР остается за заведующим выпускающей кафедрой.

В целях обеспечения надлежащего качества и установленных сроков выполнения ВКР выпускающая кафедра формирует календарный план подготовки ВКР.

Руководителем ВКР назначается преподаватель кафедры маркетингового менеджмента, который имеет научную степень доктора или кандидата наук, ученое звание (или ст. преподаватель).

Основные функции научного руководителя ВКР:

– разработка и выдача обучающемуся Задания на выпускную квалификационную работу с указанием сроков по этапам выполнения ВКР, утвержденного заведующим кафедрой (приложение Б);

– консультационная помощь в подготовке плана ВКР, подборе необходимой литературы, выборе методики исследования, распределении времени на выполнение отдельных частей ВКР и др.;

– систематический контроль за исполнением календарного плана выполнения ВКР и проверка качества работы по частям и в целом;

– контроль выполнения обучающимся требований относительно авторской самостоятельности, полноты исследования, внутренней логической связи, последовательности и грамотности изложения материала ВКР;

– периодическая отчетность на заседаниях выпускающей кафедры о ходе выполнения ВКР обучающимся;

– оказание практической помощи в подготовке текста доклада, компьютерной презентации и иллюстративного материала к защите ВКР;

– проверка выполненной работы и принятие решения о рекомендации ВКР к защите;

– подготовка и представление письменного отзыва о работе обучающегося в период подготовки ВКР.

ВКР выполняется на материалах реального объекта - предприятия любой формы собственности (объединение предприятий), которое является юридическим лицом и имеет самостоятельную отчетность. Деятельность

предприятия должна обеспечивать возможность информационного обеспечения исследования выбранной темы. Это предприятие является базой преддипломной практики обучающегося, длительность которой - 2 недели (108 часов / 3 кредита ECTS).

После утверждения темы ВКР обучающийся должен получить у руководителя и консультанта работы задание на выполнение ВКР (приложение Б), составить график выполнения ВКР с указанием конкретных сроков выполнения каждого раздела ВКР. Руководитель работы осуществляет контроль за выполнением работы согласно графику.

При выполнении ВКР обучающийся должен получать индивидуальные консультации, использовать пособия и методические рекомендации, которые разработаны преподавателями выпускающей кафедры маркетингового менеджмента, проводить теоретические и практические исследования рассматриваемой проблемы на материалах конкретного предприятия.

Кафедра периодически заслушивает информацию руководителей работ о ходе подготовки обучающимися дипломных работ. Обучающиеся, которые не придерживаются графика подготовки и имеют отставание от него, могут быть приглашены на заседание кафедры или на беседу к заведующему кафедрой.

При выполнении ВКР обучающийся должен:

- всесторонне изучить проблему темы научного исследования, ее практические и теоретические аспекты;
- проанализировать научную литературу по данной теме;
- собрать и обобщить практические материалы;
- изложить собственное мнение по рассматриваемой проблеме, отношение к существующим научным позициям, точкам зрения, практике;
- сформулировать свои обоснованные предложения.

Содержание ВКР должно соответствовать ее теме и плану.

Выполненная ВКР в начальном варианте подается руководителю не позже как за месяц до срока, отмеченного в приказе ДонНУЭТ о закреплении тем дипломных работ.

6 ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

После завершения подготовки обучающимся ВКР научный руководитель работы представляет на выпускающую кафедру письменный отзыв о работе обучающегося в период подготовки ВКР (приложение З).

В случае выполнения ВКР несколькими обучающимися научный руководитель представляет отзыв об их совместной работе с оценкой индивидуального вклада каждого из авторов ВКР в период ее подготовки.

В отзыве научного руководителя ВКР должно быть отражено следующее:

- актуальность и новизна темы;
- соответствие содержания работы теме;
- степень самостоятельности раскрытия темы;
- уровень теоретической и практической разработки темы;
- логичность, четкость, грамотность изложения материала;
- обоснованность и новизна выводов;
- практическая значимость полученных результатов;
- соответствие требованиям к оформлению работы;
- имеющиеся в работе и отмеченные ранее недостатки, не устраненные обучающимся;
- оценка качества работы обучающегося в период подготовки ВКР;
- соответствие ВКР требованиям ФГОС ВО.

Также могут быть даны рекомендации к опубликованию работы, внедрению ее результатов, представлению работы на конкурс.

Заканчивается письменный отзыв руководителя формулировкой рекомендации к защите, но без указания конкретной оценки за ВКР.

Обучающийся должен быть ознакомлен с отзывом руководителя и рецензией на ВКР не позднее, чем за пять дней до дня защиты ВКР.

Выпускные квалификационные работы обучающихся проходят обязательную проверку на наличие заимствований (плагиата) из общедоступных сетевых источников. Итоговая оценка оригинальности текста ВКР устанавливается на уровне не менее 50 процентов.

Допущенная к защите ВКР, а также компакт-диск с электронной версией работы в формате PDF, отзыв руководителя и рецензия на ВКР передаются в Государственную аттестационную комиссию не позднее, чем за два дня до дня защиты ВКР.

Защита ВКР проводится Государственными аттестационными комиссиями (далее – ГАК) в целях:

- определения соответствия результатов освоения обучающимся ОПОП ВО требования ФГОС ВО;

- контроля качества подготовки выпускников, уровня их подготовленности к самостоятельной профессиональной деятельности, проверки умения вести публичные дискуссии и защищать результаты

выполненной работы.

Защита ВКР проводится на открытом заседании ГАК.

Ведет заседание председатель ГАК.

Заседание ГАК считается правомочным, если в нем принимают участие не менее двух третей от числа лиц, входящих в состав комиссии.

При защите ВКР могут применяться дистанционные образовательные технологии. Особенности проведения защиты ВКР с применением дистанционных образовательных технологий определяются Порядком проведения государственной итоговой аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Обучающийся готовит для выступления доклад и иллюстративный материал к нему, компьютерную презентационную программу (выполненную в редакторе PowerPoint).

Структура доклада во время защиты ВКР:

1. Актуальность темы ВКР и состояние исследуемой проблемы.
2. Цель, задачи, объект, предмет исследования, методы и компьютерные программы, которые использовались в дипломной работе.
3. Характеристика полученных результатов с соответствующей аргументацией по итогам научного исследования.
4. Выводы и предложения по внедрению полученных результатов исследования, ожидаемая эффективность от внедрения предложений.

Во время публичной защиты обучающийся докладывает и демонстрирует основные положения результатов исследования.

На защите ВКР обучающийся выступает с кратким докладом (до 15 минут) по теме работы. Выступление должно отражать актуальность темы исследования, его цель и задачи, степень изученности проблемы, структуру работы и полученные выводы. Выступление может иллюстрироваться презентацией и/или раздаточным материалом для членов ГЭК и при необходимости для других присутствующих на защите.

После выступления обучающегося, члены ГЭК или иные присутствующие на защите лица задают ему вопросы по теме ВКР или по затронутым в ней проблемам. Далее председатель ГЭК знакомит с содержанием отзыва руководителя и рецензии (рецензий), а в случае присутствия на заседании ГЭК руководителя и рецензента (рецензентов) предоставляет возможность им выступить самостоятельно. Обучающемуся предоставляется возможность ответить на замечания, приведенные в отзыве и рецензии (рецензиях), а также сделанные в ходе защиты членами ГЭК.

Оценка ВКР включает:

- оценку качества выполненной работы;
- оценку качества защиты работы.

Оценка качества выполненной ВКР:

1. Актуальность, обоснованность проблемы исследования и темы работы – ориентация ВКР на решение актуальных практических проблем (задач) в сфере профессиональной деятельности. Предполагает оценку степени

убедительности оснований, побудивших обучающегося выбрать данную задачу для изучения ее по конкретному предприятию, организации, учреждению.

2. Уровень обоснованности решений базируется на уровне теоретической проработки проблемы (задачи), методической грамотности проведенных исследований и достаточности, качестве обоснования предлагаемых решений.

Оценка уровня теоретической проработки проблемы предполагает оценку широты и качества использованных в работе источников информации, логики изложения материала, теоретического обоснования возможных решений проблемы.

Оценка методической грамотности проведенных исследований основана на оценке обоснованности применяемых методик исследования, информационной адекватности, а также правильности использования выбранных методов и методик анализа.

Достаточность и качество обоснования предлагаемых решений оценивается по глубине проработки рассматриваемых в работе вопросов, грамотности аргументации в изложении решений.

3. Научный уровень работы отражают качество, глубина, корректность и достоверность выполненных в ВКР теоретических и экспериментальных исследований, расчетов, испытаний, опытов, степень обоснованности принятых при этом допущений, степень глубины и полноты анализа полученных теоретических, расчетных и экспериментальных результатов, достоверность и обоснованность сделанных при этом теоретических и практических выводов, а также направления использования современных информационно-вычислительных и программных средств и комплексов, информационных и моделирующих технологий, методик организации и проведения экспериментов.

4. Практическая значимость выполненной ВКР, подтвержденная соответствующим актом (Приложение К) оценивается исходя из возможности практического применения полученных теоретических, расчетных и экспериментальных результатов.

5. Качество оформления работы оценивается по качеству оформления ВКР в целом, графических и иллюстративных материалов, степени соблюдения в них современных нормативных требований, а также по грамотности изложения текстовых материалов, правильности подготовки сопроводительной документации.

6. Оценка научного руководителя ВКР.

7. Оценка рецензента ВКР.

8. Высокий уровень научно-технической и творческой активности выпускника, выраженный в результативной научной работе: опубликовании материалов ВКР в различных изданиях, отчетах о НИР, оформлении заявок и патентов на изобретения, подготовке конкурсных работ, отмеченных медалями или дипломами и т.п., является фактором, повышающим оценку качества

выполненной ВКР.

Оценка качества защиты ВКР:

1. Качество доклада оценивается исходя из формы его представления и содержания. Степень свободы и уверенности изложения материала, способность выпускника выделить научную и практическую ценность выполненных исследований, умение использовать графический, иллюстративный материал служат основой для оценки формы представления доклада.

Соответствие доклада содержанию работы, полнота, аргументированность и логическая последовательность изложения содержания ВКР, обоснование используемых методов решения, полученных результатов, практических рекомендаций, выводов, доказательство их корректности, достоверности и практической значимости позволяют судить об уровне содержания доклада.

2. Качество ответов на вопросы оценивается по правильности, четкости, полноте и обоснованности ответов, умения лаконично и точно сформулировать свои мысли, используя при этом необходимую научную терминологию.

3. Поведение на защите ВКР отражают: степень адекватности восприятия, правильность и полнота ответов на поставленные вопросы.

Шкала и критерии оценивания ВКР представлены в таблицах 6.1 - 6.2.

Таблица 6.1 – Шкала оценивания

Оценка ВКР		
По бальной шкале	По шкале ECTS	По национальной шкале
90–100 баллов	**A**	5 (отлично)
80-89 баллов	**B**	4 (очень хорошо)
75-79 баллов	**C**	4 (хорошо)
70-74 баллов	**D**	3 (удовлетворительно)
60-69 баллов	**E**	
35–59 баллов	**FX**	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной защиты курсовой работы
0–34 баллов	**F**	2 (неудовлетворительно) с обязательным повторным выполнением курсовой работы

Решения ГАК принимаются на закрытом заседании простым большинством голосов от числа лиц, входящих в состав комиссии, участвующих в заседании. При равном числе голосов председатель ГАК обладает правом решающего голоса.

Таблица 6.2 – Критерии оценивания ВКР

Диапазон оценки	Характеристики оценивания работы

A	90-100	5	ВКР выполнена на актуальную тему, в ней приведен анализ исследуемой проблемы; предоставлены результаты собственных исследований; отражены научно-обоснованные результаты исследования. Работа выполнена с использованием компьютерных технологий, компьютерных программ или собственных программных продуктов.
B	80-89	4	ВКР и ее защита отвечает признакам оценки «отлично». Выявлен широкий профессиональный кругозор выпускника, его умение логично мыслить. Однако в ответах допускаются неточности, которые не изменяют сущности вопроса.
C	75-79	4	ВКР и ее защита отвечает признакам оценки «хорошо». Выпускник в процессе защиты проявляет широкий профессиональный кругозор, умение логично мыслить. В ответах допускаются неточности, которые не изменяют сущности вопроса.
D	70-74	3	ВКР и ее защита, главным образом, отвечают тем требованиям, которые предъявляются к знаниям основного фактического материала. Однако в ответах недостаточно точно формулируются причинно-следственные связи между явлениями и процессами, оперирование фактами происходит на уровне запоминания. Наглядное сопровождение работы подготовлено на достаточном уровне.
E	60-69	3	ВКР и ее защита, главным образом, отвечают тем требованиям, которые предъявляются к знаниям основного фактического материала. Однако в ответах недостаточно точно формулируются причинно-следственные связи между явлениями и процессами, оперирование фактами происходит на уровне запоминания. Наглядное сопровождение работы недостаточно. Выступление выпускника было не четким; доклад подготовлен в упрощенной форме.
F	35-59	2	ВКР и ее защита не отвечают предъявляемым требованиям. Выпускник не знает большей части фактического материала, не умеет устанавливать причинно-следственные связи между явлениями и процессами, заучив материал без его осознания.

По результатам заседания ГАК составляется протокол, который подписывается председателем и членами ГАК, принимавшими участие в заседании.

Обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленного порядка

проведения защиты ВКР и (или) о несогласии с полученной оценкой результатов защиты ВКР. Порядок подачи и рассмотрения апелляции устанавливается локальным нормативным актом Университета «Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в ДОННУЭТ (ПП 2-150/УН, редакция 4, введенным в действие 31.10.2023 г.)» .

Обучающиеся, не защитившие ВКР в связи с неявкой по уважительной причине (временная нетрудоспособность, исполнение общественных или государственных обязанностей и др.), вправе защитить ее в течение 6 месяцев после завершения государственной итоговой аттестации.

Обучающийся должен представить в организацию документ, подтверждающий причину его отсутствия.

Обучающиеся, не защитившие ВКР в связи с неявкой по неуважительной причине или в связи с получением оценки «неудовлетворительно», отчисляются из ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ» с выдачей справки об обучении как не выполнившие обязанностей по добросовестному освоению образовательной программы и выполнению учебного плана.

Порядок и сроки повторного прохождения государственной итоговой аттестации установлены Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры.

При повторном прохождении государственной итоговой аттестации по желанию обучающегося ему может быть установлена иная тема ВКР.

Особенности проведения защиты ВКР с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий определяются локальным нормативным актом Университета.

ВКР вместе с отзывом научного руководителя и рецензией передаются секретарем ГАК в Научную библиотеку Университета для хранения. Срок хранения ВКР составляет 5 лет.

Тексты ВКР, за исключением текстов, содержащих сведения, составляющих государственную тайну, размещаются в электронно-библиотечной системе Университета.

Тексты ВКР вместе с отзывом научного руководителя и рецензией размещаются в электронных портфолио обучающихся.

Доступ лиц к текстам ВКР должен быть обеспечен в соответствии с законодательством РФ с учетом изъятия по решению правообладателя производственных, технических, экономических, организационных и других сведений, в том числе о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам.

По результатам успешного государственного экзамена и защиты ВКР

государственная аттестационная комиссия принимает решение о присвоении квалификации бакалавра менеджмента и о выдаче выпускнику диплома государственного образца.

Лучшие ВКР принимают участие во внутреннем конкурсе дипломных работ, проводимом непосредственно кафедрой маркетингового менеджмента. ВКР, которые признаны победителями внутреннего конкурса принимают участие в Конкурсах дипломных работ по направлениям подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Конкурсные дипломные работы программы высшего профессионального образования бакалавриата оцениваются в баллах, согласно критериям, представленным в приложении Ш.4.

7. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

При защите ВКР могут применяться дистанционные образовательные технологии. Особенности проведения защиты ВКР с применением дистанционных образовательных технологий определяются Порядком проведения государственной итоговой аттестации (далее – ГИА) с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, реализуемым в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» (далее- Университет).

ГИА обучающихся проводится в форме государственного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы (далее ВКР).

1. Защита ВКР с применением дистанционных образовательных технологий проходит в формате видеоконференции – собрания в мессенджере Telegram, Skype for Business и др. Доступ к системе (сервису) проведения видеоконференций осуществляется посредством сети Интернет.

Сроки проведения защиты ВКР с применением ЭО и ДОТ определяются графиком организации учебного процесса Университета и закрепляются соответствующим приказом.

Состав государственной аттестационной комиссии (далее – ГАК) по результатам освоения соответствующей образовательной программы с применением ЭО и ДОТ аналогичен составу ГАК для обучающихся по этой же образовательной программе с традиционной организацией учебного процесса и утверждается приказом Университета.

Состав участников проведения ГАК с применением ЭО и ДОТ:

- председатель ГАК;
- члены ГАК;
- секретарь ГАК;
- технический персонал, обеспечивающий канал связи;
- обучающиеся.

При проведении защиты ВКР с применением ЭО и ДОТ, применяемые технические средства должны обеспечивать:

- идентификацию личности обучающегося, проходящего защиту ВКР;
- видеонаблюдение в помещении, задействованном для проведения защиты ВКР (обзор помещения, входных дверей; обзор обучающегося, с возможностью контроля используемых им учебно-методических материалов);
- качественную непрерывную видео- и аудиотрансляцию выступления обучающегося и членов ГАК;
- возможность предоставления и демонстрации обучающимся презентационных материалов во время его выступления всем членам ГАК;
- возможность для членов ГАК задавать вопросы, а для обучающегося, отвечать на них;
- возможность оперативного восстановления связи в случае технических сбоев каналов связи или оборудования.

В случае технических сбоев в работе оборудования и/или канала связи на период времени более 5 минут председатель ГАК вправе перенести защиту выпускной квалификационной работы на другое время в период работы ГАК, о чем составляется соответствующий акт.

2. Технические требования к обеспечению защиты выпускной квалификационной работы, проводимой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

2.1. Скорость доступа к сети Интернет – не менее 2 Мбит/с.

2.2. Доступ к системе/сервису проведения видеоконференций посредством сети Интернет. Система/сервис устанавливается приказом о проведении государственной итоговой аттестации в режиме видеоконференции.

2.3. Могут быть использованы публичные или закрытые системы/сервисы организации видеоконференцсвязи (далее – ВКС), поддерживающие запись мероприятия, такие как системы организации ВКС Университета на основе программного обеспечения Microsoft Lync, TrueConf, Skype и др.

3. Требования к оборудованию помещений для проведения защиты выпускной квалификационной работы с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

3.1. Для проведения защиты ВКР с применением ЭО и ДОТ в Университете используются помещения со штатным оборудованием ВКС и доступом к сети Интернет.

3.2. Аудитория заседания ГАК должна быть оснащена:

- персональным компьютером, подключенным к системе ВКС или программно-аппаратному комплексу;
- системой вывода изображения на проектор (видеопанель);
- камерой широкой зоны охвата, направленной на членов ГАК;
- микрофонами для членов ГАК, обеспечивающими передачу аудиоинформации между членами ГАК и обучающимися;
- акустической системой, обеспечивающей отсутствие звуковой петли (эха, улавливания микрофоном звука акустической системы);

- при необходимости, внешним оборудованием для аудио- и видеозаписи проведения ГАК.

3.3. Оборудование для проведения защиты ВКР, размещенное в месте пребывания обучающегося, проходящего защиту ВКР, должно включать:

- персональный компьютер, подключенный к системе видеоконференцсвязи;

- камеру широкой зоны охвата, позволяющую продемонстрировать членам ГАК помещение, в котором находится обучаемый, учебно-методические материалы, им используемые, и обеспечивающую непрерывную трансляцию процесса проведения защиты ВКР;

- микрофон, обеспечивающий передачу аудиоинформации между обучающимся и членами ГАК;

- акустическую систему, обеспечивающую отсутствие звуковой петли (эха, улавливания микрофоном звуков от акустической системы).

Не позже, чем за 30 минут до защиты ВКР производится проверка связи. Во время проверки связи все участники собрания проверяют подключение, работу аудио и видеоустройств, качество связи; обучающиеся проверяют возможность загрузки и демонстрации презентации.

Идентификация личности обучающегося осуществляется путем предъявления для обозрения членам ГЭК паспорта или иного документа, удостоверяющего личность. При этом должна быть обеспечена четкая фиксация фотографии обучающегося, его фамилии, имени, отчества (при его наличии), даты и места рождения, органа, выдавшего документ, и даты его выдачи. В случае невозможности идентификации личности обучающийся отстраняется от прохождения защиты ВКР. При этом в протокол заседания ГАК вносится запись «не явился по неуважительной причине».

4. Перед началом защиты ВКР, проводимой с применением ЭО и ДОТ, председатель ГАК:

- оглашает членам ГАК и обучающемуся процедуру прохождения защиты ВКР с применением ЭО и ДОТ;

- определяет последовательность действий и очередность вопросов, задаваемых членами ГАК;

- руководит процедурой обсуждения и согласования результатов защиты ВКР.

При проведении защиты ВКР в форме защиты выпускной квалификационной работы обучающийся докладывает основные ее положения в порядке, установленном Председателем ГАК, с учетом технической возможности непрерывности видеоконференцсвязи.

В протоколе заседания ГАК фиксируется факт проведения государственной итоговой аттестации в режиме видиоконференции.

8 ТЕМАТИКА ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ

8.1 Для обучающийсяов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент Профиль Менеджмент организаций

1. Организационное поведение

1.1. Управление социально-психологическим климатом в коллективе предприятия в условиях рыночных отношений.

1.2. Мотивация в управлении предприятием в современных условиях.

1.3. Управление коммуникациями в системе организационного поведения предприятия на современном этапе.

1.4. Управление групповыми процессами на предприятии в условиях рыночной экономики.

1.5. Система управления маркетинговым организационным поведением персонала предприятия на современном этапе.

2. Управление человеческими ресурсами

2.1. Управление человеческими ресурсами предприятия в условиях маркетинговой ориентации.

2.2. Функции управления человеческими ресурсами предприятия и их совершенствование в условиях маркетинговой ориентации.

2.3. Процесс управления человеческими ресурсами на предприятии в рыночных условиях.

2.4. Системный подход к управлению человеческими ресурсами предприятия в условиях маркетинговой ориентации.

2.5. Управление HR-потенциалом в условиях маркетинговой ориентации предприятия.

2.6. Управление формированием трудового коллектива на предприятии в условиях рыночных отношений.

2.7. Стратегии управления человеческими ресурсами предприятия в условиях рыночной экономики.

2.8. Информационное обеспечение процесса управления человеческими ресурсами предприятия в рыночных условиях.

2.9. Планирование человеческих ресурсов предприятия в условиях рыночной экономики.

2.10. Управление процессом найма персонала в условиях маркетинговой ориентации предприятия.

2.11. Деловое оценивание в системе управления человеческими ресурсами предприятия в рыночных условиях.

2.12. Система управления развитием человеческих ресурсов предприятия в рыночных условиях.

2.13. Управление процессом высвобождения персонала предприятия в рыночных условиях.

2.14. Эффективность управления человеческими ресурсами предприятия и пути ее повышения на современном этапе.

2.15 Управление лояльностью персонала предприятия в условиях рыночной экономики.

2.16 Управление HR-брендом в условиях маркетинговой ориентации предприятия.

3. Логистика

3.1. Логистическая система предприятия и ее совершенствование в современных условиях.

3.2. Логистический подход к управлению потоковыми процессами на современном этапе.

3.3. Управление ключевыми видами логистической деятельности на предприятии в условиях маркетинговой ориентации.

3.4. Управление логистическим процессом на предприятии в современных условиях.

3.5. Управление закупочной логистикой на предприятии в современных условиях.

3.6. Управление взаимоотношениями с поставщиками в закупочной логистике предприятия в рыночной экономике.

3.7. Управление товарными запасами на предприятии в современных условиях.

3.8. Логистический подход в управлении распределением на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

3.9. Управление маркетинговой логистикой на предприятии в рыночных условиях.

3.10. Маркетинговая логистика как основа совершенствования системы распределения на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

3.11. Логистическая система управления распределением товаров в деятельности предприятия на современном этапе.

3.12. Система логистического сервиса на предприятии и ее совершенствование в рыночных условиях хозяйствования.

3.13. Эффективность логистической деятельности предприятия на современном этапе.

4. Операционный менеджмент

4.1. Система операционного менеджмента на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

4.2. Совершенствование механизма операционного менеджмента на предприятии в рыночной экономике.

5. Стратегический менеджмент

5.1. Стратегическое управление предприятием в условиях рыночной экономики.

5.2. Организация стратегического управления предприятием в условиях нестабильности маркетинговой среды.

5.3. Стратегическое планирование деятельности предприятием в условиях цифровой экономики.

5.4. Стратегическая бизнес-модель как инструмент управления предприятием в условиях цифровой экономики.

5.5. Стратегический контроль управленческой деятельности предприятия в рыночной экономике

5.6. Стратегический набор предприятия и его совершенствование в условиях маркетинговой ориентации.

5.7. Формирование и совершенствование стратегического набора предприятия на основе маркетинга.

5.8. Стратегическое управление предприятием на основе бенчмаркинга.

5.9. Процесс стратегического менеджмента предприятия в условиях экономического кризиса.

5.10. Стратегическое управление – основа разработки механизма социально-ответственного поведения на торговом предприятии.

5.11. Стратегическое маркетинговое управление конкурентоспособностью предприятия в рыночной экономике.

5.12. Управление стратегическим потенциалом предприятия в условиях цифровой экономики.

5.13. Стратегическое управление конкурентными преимуществами предприятия на современном этапе.

5.14. Конкурентная стратегия как основа совершенствования стратегического управления деятельностью предприятия.

5.15. Управление информационной поддержкой системы стратегического менеджмента.

5.16. Управление стратегической позицией предприятия в современных условиях.

5.17. Формирование портфельных стратегий как основа совершенствования стратегического управления предприятием.

5.18. Управление изменениями как инструмент реализации стратегии предприятия на современном этапе.

5.19. Управление реализацией стратегий предприятия: маркетинговый подход.

5.20. Механизм управления стратегическими изменениями на предприятии в условиях рыночной экономики.

6. Управление проектами

6.1. Формирование системы управления проектами на предприятии в рыночной экономике.

6.2. Разработка системы стратегического управления проектами на предприятии в рыночных условиях.

6.3. Управление стратегическими изменениями на предприятии на основе проектов и программ.

6.4. Проектное управление как инструмент реализации стратегии

предприятия на современном этапе.

6.5. Управление рисками реализации проекта на предприятии в рыночной экономике.

7. Основы управления качеством

7.1. Управление качеством продукции на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

7.2. Контроль качества продукции на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

7.3. Система менеджмента качества на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

8. Брендинг

8.1. Брендинг – основа совершенствования деятельности предприятии на современном этапе.

8.2. Позиционирование как инструмент брендинга предприятия на современном этапе.

8.3. Стратегии брендинга предприятия в рыночной экономике.

9. Нейромаркетинг

9.1. Нейромаркетинг в управлении предприятием на современном этапе.

9.2. Управление нейромаркетингом на предприятии в современных условиях хозяйствования.

9.3. Управление предприятием на основе нейромаркетинга в рыночных условиях хозяйствования.

10. Бенчмаркинг

10.1. Бенчмаркинг в системе управления предприятием на современном этапе.

10.2. Бенчмаркинг результативности управления предприятием на современном этапе.

10.3. Управление предприятием на основе бенчмаркинга в условиях рыночной экономики.

10.4. Конкурентный бенчмаркинг на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

10.5. Информационное обеспечение бенчмаркинга на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

10.6. Стратегический бенчмаркинг в условиях нестабильности внешней среды.

11. Мерчандайзинг

11.1. Управление мерчандайзингом в условиях маркетинговой ориентации предприятия на современном этапе.

11.2. Управление ассортиментом и качеством товаров на предприятии в

условиях маркетинговой ориентации.

12. Маркетинг предприятия

12.1. Управление маркетинговой деятельностью предприятия в условиях рыночной экономики.

12.2. Стратегическое управление маркетинговой деятельностью предприятия в условиях рыночной экономики.

12.3. Маркетинговое управление коммерческой деятельностью предприятия в рыночной экономике.

12.4. Управление маркетинговой товарной политикой предприятия в современных условиях.

12.5. Управление маркетинговой ценовой политикой предприятия на современном этапе.

12.6. Управление маркетинговым сбытовым потенциалом предприятия в условиях рыночной экономики.

12.7. Маркетинговое управление сбытовой деятельностью предприятия в условиях рыночной экономики.

12.8. Управление маркетинговой коммуникационной активностью предприятия на современном этапе.

12.9. Управление маркетинговыми коммуникациями предприятия в условиях динамичной внешней среды.

12.10. Маркетинговое управление закупками товаров на предприятии в условиях рыночной экономики.

12.11. Управление распределением на предприятии в условиях маркетинговой ориентации.

12.12. Управление маркетинговой сбытовой политикой предприятия в условиях рыночной экономики.

12.13. Маркетинговые стратегии управления сбытом предприятия на современном этапе.

12.14. Маркетинговое управление рекламной деятельностью предприятия в условиях рыночной экономики.

12.15. Электронный маркетинг в управлении предприятием в современных условиях.

12.16. Управление имиджем предприятия в условиях маркетинговой ориентации.

12.17. Управление инновациями в маркетинговой товарной политике предприятия в условиях рыночной экономики.

12.18. Управление конкурентоспособностью предприятия в условиях маркетинговой ориентации на современном этапе.

13. Менеджмент предприятия

13.1. Механизм управления предприятием на современном этапе.

13.2. Управление предприятием в условиях риска и неопределенности.

13.3. Управление по целям как современная технология управления

предприятием.

13.4. Функции и методы управления предприятием в условиях рыночных отношений.

13.5. Системный подход в управлении предприятием в рыночных условиях хозяйствования.

13.6. Организация управления предприятием и ее рационализация в условиях изменчивости среды.

13.7. Креативный подход в управлении предприятием на современном этапе.

13.8. Инновации и креативность в управлении предприятием на современном этапе.

13.9. Инновации и творчество в управлении предприятием в условиях маркетинговой ориентации.

13.10. Антикризисное управление предприятием на современном этапе.

13.11. Процесс управления предприятием на основе современных управленческих технологий.

13.12. Информационная поддержка управления предприятием на современном этапе.

13.13. Управление предприятием в условиях кризиса.

13.14. Управление рисками предприятия в условиях маркетинговой ориентации.

13.15. Риск-менеджмент предприятия в рыночных условиях хозяйствования.

13.16. Эффективность управления предприятием и пути ее повышения в условиях рынка.

14. Рекламный менеджмент

14.1. Организация рекламной деятельности на предприятии в рыночных условиях.

14.2. Управление рекламной деятельностью предприятия на современном этапе.

14.3. Экономическая и коммуникативная эффективность рекламных средств предприятия на современном этапе.

14.4. Рекламный менеджмент на предприятии в условиях рыночной экономики.

14.5. Продвижение бренда – основа совершенствования рекламной деятельности.

14.6. Рекламные стратегии предприятия в условиях маркетинговой ориентации.

14.7. Рекламный менеджмент – основа повышения конкурентоспособности предприятия на современном этапе.

14.8. Планирование рекламной деятельности предприятия: стратегия и тактика в современных условиях.

15. Управление лояльностью потребителей

15.1. Управление лояльностью покупателей посредством CRM-систем на

современном этапе.

15.2. Формирование лояльности покупателей предприятия на основе маркетинга.

15.3. Лояльность потребителей как нематериальный ресурс предприятия в современных условиях.

15.4. Формирование программ повышения потребительской лояльности на предприятии в современных условиях.

15.5. Формирование маркетинга взаимоотношений предприятия с покупателями в условиях рыночных отношений.

15.6. Управление развитием лояльности покупателей на предприятии в современных условиях.

15.7. Потребительская ценность – основа формирования лояльности покупателей предприятия на современном этапе.

15.8. Разработка программы потребительской лояльности на предприятии в современных условиях.

15.9. Современные методы формирования лояльности и оценка их эффективности на предприятии.

15.10. Формирование потребительской лояльности к бренду как фактор развития предприятия на современном этапе.

16. Административный менеджмент

16.1. Система административного менеджмента предприятия на современном этапе.

16.2. Планирование в административном менеджменте предприятия в условиях рыночных отношений.

16.3. Организация деятельности администрации предприятия на современном этапе.

16.4. Мотивация в административном менеджменте предприятия на современном этапе.

16.5. Контроль и регулирование в административном менеджменте предприятия на современном этапе.

16.6. Администрирование процесса принятия и реализации управленческих решений на предприятии в современных условиях.

16.7. Современные технологии в административном менеджменте предприятия.

17. Контроллинг

17.1. Контроллинг в системе маркетингового управления предприятием на современном этапе.

17.2. Стратегический маркетинговый контроллинг в менеджменте предприятия в современных условиях.

17.3. Контроллинг деятельности предприятия в условиях маркетинговой ориентации.

17.4. Система планирования и бюджетирования как основа контроллинга

на предприятии в современных условиях.

17.5. Информационное обеспечение контроллинга на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

17.6. Формирование и функционирование системы контроллинга в условиях маркетинговой ориентации предприятия.

17.7. Контроллинг в системе принятия управленческих решений на предприятии в условиях маркетинговой ориентации.

17.8. Результативность и качество контроллинга в условиях маркетинговой ориентации предприятия.

18. Креативный менеджмент

18.1. Креативный менеджмент на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

18.2. Организация креативного менеджмента на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

19. Управление безопасностью бизнеса

19.1. Управление безопасностью деятельности предприятия в условиях рыночных отношений.

19.2. Управление безопасностью бизнеса как основа повышения конкурентоспособности предприятия.

19.3. Управление экономической и информационной безопасностью предприятия в современных условиях.

19.4. Управление персоналом в системе обеспечения безопасности бизнеса в условиях рыночных отношений.

19.5. Управление информационной безопасностью предприятия на современном этапе.

20. Электронный маркетинг

20.1. Интернет-маркетинг как инструмент повышения эффективности деятельности предприятия на современном этапе.

20.2. Электронный маркетинг в комплексе продвижении бизнеса на современном этапе.

20.3. Эффективность электронного маркетинга на предприятии в современных условиях.

20.4. Формирование интегрированной системы электронного маркетинга на предприятии в современных условиях.

20.5. Маркетинговое сетевое взаимодействие предприятия с покупателями на рынке электронной торговли.

20.6. Интерактивность сайта как фактор повышения конкурентоспособности предприятия на современном этапе.

20.7. Мобильный маркетинг как инструмент маркетинговой деятельности предприятия на современном этапе.

20.8. Медиапланирование в интернет-маркетинге предприятия на

современном этапе.

20.9. Механизм исследования онлайн-поведения покупателей на предприятии в современных условиях.

20.10. Стратегии интернет-маркетинга на предприятии в рыночных условиях.

20.11. Интегрированные маркетинговые коммуникации на рынке интернет-услуг.

20.12. Маркетинговая стратегия продвижения товаров интернет-магазина на современном этапе.

20.13. Комплекс маркетинга на рынке интернет-услуг в современных условиях.

20.14. Конкурентоспособность предприятия на рынке интернет-услуг на современном этапе.

20.15. Рекламная деятельность предприятия в Интернете.

20.16. Видеореклама предприятия в Интернете.

21. Социальный менеджмент

21.1. Социальный менеджмент на предприятии в современных условиях.

21.2. Организационные отношения в социальном менеджменте предприятия на современном этапе.

21.3. Современные технологии социального менеджмента на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

22. Оптово-посреднический менеджмент

22.1. Формирование системы менеджмента на оптовом предприятии в современных условиях.

22.2. Управление оптово-посреднической деятельностью предприятия на современном этапе.

22.3. Организация торгово-посреднической деятельности предприятия на современном этапе.

22.4. Управление системой хозяйственных связей на оптовом предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

23. Маркетинг отношений

23.1. Маркетинговая система взаимодействия предприятия на современном этапе.

23.2. Маркетинг отношений в системе управления предприятием на современном этапе.

23.3. Стратегии управления маркетингом отношений на предприятии.

24. Управление рисками

24.1. Управление рисками в системе менеджмента предприятия на современном этапе.

24.2. Риск-менеджмент как основа эффективного управления

предприятием на современном этапе.

24.3. Анализ рисков – основа обоснования управленческих решений в условиях нестабильности.

24.4. Стратегии управления рисками деятельности предприятий в условиях нестабильности.

24.5. Синергетический подход в риск-менеджменте предприятия на современном этапе.

8.2 Для обучающийсяов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент Профиль Логистика

1. Информационные системы и технологии в логистике

1.1. Информационные технологии в логистике предприятия на современном этапе.

1.2. Управление информационными системами на предприятии в рыночных условиях.

1.3. Системы информационной поддержки принятия управленческих решений в области логистики на предприятии.

2. Методы принятия управленческих решений

2.1. Методы принятия управленческих решений на предприятии в современных условиях.

2.2. Механизм принятия управленческих решений на предприятии в современных условиях.

2.3. Технология подготовки и принятия управленческих решений на предприятии в рыночных условиях.

3. Организационное поведение

3.1. Управление социально-психологическим климатом в коллективе предприятия в условиях рыночных отношений.

3.2. Мотивация в управлении предприятием в современных условиях.

3.3. Управление коммуникациями в системе организационного поведения предприятия на современном этапе.

3.4. Управление групповыми процессами на предприятии в условиях рыночной экономики.

3.5. Система управления маркетинговым организационным поведением персонала предприятия на современном этапе.

4. Управление человеческими ресурсами

4.1. Управление человеческими ресурсами предприятия в условиях маркетинговой ориентации.

4.2. Функции управления человеческими ресурсами предприятия и их совершенствование в условиях маркетинговой ориентации.

4.3. Процесс управления человеческими ресурсами на предприятии в рыночных условиях.

4.4. Системный подход к управлению человеческими ресурсами предприятия в условиях маркетинговой ориентации.

4.5. Управление HR-потенциалом в условиях маркетинговой ориентации предприятия.

4.6. Управление формированием трудового коллектива на предприятии в условиях рыночных отношений.

4.7. Стратегии управления человеческими ресурсами предприятия в условиях рыночной экономики.

4.8. Информационное обеспечение процесса управления человеческими ресурсами предприятия в рыночных условиях.

4.9. Планирование человеческих ресурсов предприятия в условиях рыночной экономики.

4.10. Управление процессом найма персонала в условиях маркетинговой ориентации предприятия.

4.11. Деловое оценивание в системе управления человеческими ресурсами предприятия в рыночных условиях.

4.12. Система управления развитием человеческих ресурсов предприятия в рыночных условиях.

4.13. Управление процессом высвобождения персонала предприятия в рыночных условиях.

4.14. Эффективность управления человеческими ресурсами предприятия и пути ее повышения на современном этапе.

4.15 Управление лояльностью персонала предприятия в условиях рыночной экономики.

4.16 Управление HR-брендом в условиях маркетинговой ориентации предприятия.

5. Логистика

5.1. Логистическая система предприятия и ее совершенствование в современных условиях.

5.2. Логистический подход к управлению потоковыми процессами на современном этапе.

5.3. Управление ключевыми видами логистической деятельности на предприятии в условиях маркетинговой ориентации.

5.4. Управление логистическим процессом на предприятии в современных условиях.

5.5. Управление закупочной логистикой на предприятии в современных условиях.

5.6. Управление взаимоотношениями с поставщиками в закупочной логистике предприятия в рыночной экономике.

5.7. Управление товарными запасами на предприятии в современных условиях.

5.8. Логистический подход в управлении распределением на предприятии

на современном этапе.

5.9. Управление маркетинговой логистикой на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

5.10. Маркетинговая логистика как основа совершенствования системы распределения на предприятии на современном этапе.

5.11. Логистическая система управления распределением товаров в деятельности предприятия на современном этапе.

5.12. Система логистического сервиса на предприятии и ее совершенствование в рыночных условиях хозяйствования.

5.13. Эффективность логистической деятельности предприятия на современном этапе.

6. Операционный менеджмент

6.1. Система операционного менеджмента на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

6.2. Совершенствование механизма операционного менеджмента на предприятии в рыночной экономике.

7. Стратегический менеджмент

7.1. Стратегическое управление предприятием в условиях рыночной экономики.

7.2. Организация стратегического управления предприятием в условиях нестабильности маркетинговой среды.

7.3. Стратегическое планирование деятельности предприятием в условиях цифровой экономики.

7.4. Стратегическая бизнес-модель как инструмент управления предприятием в условиях цифровой экономики.

7.5. Стратегический контроль управленческой деятельности предприятия в рыночной экономике

7.6. Стратегический набор предприятия и его совершенствование в условиях маркетинговой ориентации.

7.7. Формирование и совершенствование стратегического набора предприятия на основе маркетинга.

7.8. Стратегическое управление предприятием на основе бенчмаркинга.

7.9. Процесс стратегического менеджмента предприятия в условиях экономического кризиса.

7.10. Стратегическое управление – основа разработки механизма социально-ответственного поведения на торговом предприятии.

7.11. Стратегическое маркетинговое управление конкурентоспособностью предприятия в рыночной экономике.

7.12. Управление стратегическим потенциалом предприятия в условиях цифровой экономики.

7.13. Стратегическое управление конкурентными преимуществами предприятия на современном этапе.

7.14. Конкурентная стратегия как основа совершенствования стратегического управления деятельностью предприятия.

7.15. Управление информационной поддержкой системы стратегического менеджмента.

7.16. Управление стратегической позицией предприятия в современных условиях.

7.17. Формирование портфельных стратегий как основа совершенствования стратегического управления предприятием.

7.18. Управление изменениями как инструмент реализации стратегии предприятия на современном этапе.

7.19. Управление реализацией стратегий предприятия в условиях нестабильности внешней среды.

7.20. Механизм управления стратегическими изменениями на предприятии в условиях рыночной экономики.

8. Управление проектами

8.1. Формирование системы управления проектами на предприятии в рыночной экономике.

8.2. Разработка системы стратегического управления проектами на предприятии в рыночных условиях.

8.3. Управление стратегическими изменениями на предприятии на основе проектов и программ.

8.4. Проектное управление как инструмент реализации стратегии предприятия на современном этапе.

8.5. Управление рисками реализации проекта на предприятии в рыночной экономике.

9. Основы управления качеством

9.1. Управление качеством продукции на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

9.2. Контроль качества продукции на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

9.3. Система менеджмента качества на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

10. Брендинг

10.1. Брендинг – основа совершенствования деятельности предприятии на современном этапе.

10.2. Позиционирование как инструмент брендинга предприятия на современном этапе.

10.3. Стратегии брендинга предприятия в рыночной экономике.

11. Нейромаркетинг

11.1. Нейромаркетинг в управлении предприятием на современном этапе.

11.2. Управление нейромаркетингом на предприятии в современных условиях хозяйствования.

11.3. Управление предприятием на основе нейромаркетинга в рыночных условиях хозяйствования.

12. Логистическая инфраструктура

12.1. Информационные технологии и программное обеспечение в логистической инфраструктуре на современном этапе.

12.2. Инфраструктура логистических процессов на современном этапе.

12.3. Совершенствование организации технологического процесса в системе логистического управления на предприятии.

13. Бенчмаркинг

13.1. Бенчмаркинг в системе управления предприятием на современном этапе.

13.2. Бенчмаркинг результативности управления предприятием на современном этапе.

13.3. Управление предприятием на основе бенчмаркинга в условиях рыночной экономики.

13.4. Конкурентный бенчмаркинг на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

13.5. Информационное обеспечение бенчмаркинга на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

13.6. Стратегический бенчмаркинг в условиях нестабильности внешней среды.

14. Мерчандайзинг

14.1. Управление мерчандайзингом в условиях маркетинговой ориентации предприятия на современном этапе.

14.2. Управление ассортиментом и качеством товаров на предприятии в условиях маркетинговой ориентации.

15. Маркетинг предприятия

15.1. Управление маркетинговой деятельностью предприятия в условиях рыночной экономики.

15.2. Стратегическое управление маркетинговой деятельностью предприятия в условиях рыночной экономики.

15.3. Маркетинговое управление коммерческой деятельностью предприятия в рыночной экономике.

15.4. Управление маркетинговой товарной политикой предприятия в современных условиях.

15.5. Управление маркетинговой ценовой политикой предприятия на современном этапе.

15.6. Управление маркетинговым сбытовым потенциалом предприятия в условиях рыночной экономики.

15.7. Маркетинговое управление сбытовой деятельностью предприятия в условиях рыночной экономики.

15.8. Управление маркетинговой коммуникационной активностью предприятия на современном этапе.

15.9. Управление маркетинговыми коммуникациями предприятия в условиях динамичной внешней среды.

15.10. Маркетинговое управление закупками товаров на предприятии в условиях рыночной экономики.

15.11. Управление распределением на предприятии в условиях маркетинговой ориентации.

15.12. Управление маркетинговой сбытовой политикой предприятия в условиях рыночной экономики.

15.13. Маркетинговые стратегии управления сбытом предприятия на современном этапе.

15.14. Маркетинговое управление рекламной деятельностью предприятия в условиях рыночной экономики.

15.15. Электронный маркетинг в управлении предприятием в современных условиях.

15.16. Управление имиджем предприятия в условиях маркетинговой ориентации.

15.17. Управление инновациями в маркетинговой товарной политике предприятия в условиях рыночной экономики.

15.18. Управление конкурентоспособностью предприятия в условиях маркетинговой ориентации на современном этапе.

16. Менеджмент предприятия

16.1. Механизм управления предприятием на современном этапе.

16.2. Управление предприятием в условиях риска и неопределенности.

16.3. Управление по целям как современная технология управления предприятием.

16.4. Функции и методы управления предприятием в условиях рыночных отношений.

16.5. Системный подход в управлении предприятием в рыночных условиях хозяйствования.

16.6. Организация управления предприятием и ее рационализация в условиях изменчивости среды.

16.7. Креативный подход в управлении предприятием на современном этапе.

16.8. Инновации и креативность в управлении предприятием на современном этапе.

16.9. Антикризисное управление предприятием на современном этапе.

16.10. Процесс управления предприятием на основе современных управленческих технологий.

16.11. Информационное поддержка управления предприятием на современном этапе.

16.12. Управление предприятием в условиях кризиса.

16.13. Управление рисками предприятия в условиях маркетинговой ориентации.

16.14. Риск-менеджмент предприятия в рыночных условиях хозяйствования.

16.15. Эффективность управления предприятием и пути ее повышения в условиях рынка.

17. Рекламный менеджмент

17.1. Организация рекламной деятельности на предприятии в рыночных условиях.

17.2. Управление рекламной деятельностью предприятия на современном этапе.

17.3. Экономическая и коммуникативная эффективность рекламных средств предприятия на современном этапе.

17.4. Рекламный менеджмент на предприятии в условиях рыночной экономики.

17.5. Продвижение бренда – основа совершенствования рекламной деятельности.

17.6. Рекламные стратегии предприятия в условиях маркетинговой ориентации.

17.7. Рекламный менеджмент – основа повышения конкурентоспособности предприятия на современном этапе.

17.8. Планирование рекламной деятельности предприятия: стратегия и тактика в современных условиях.

18. Административный менеджмент

18.1. Система административного менеджмента предприятия на современном этапе.

18.2. Планирование в административном менеджменте предприятия в условиях рыночных отношений.

18.3. Организация в административном менеджменте предприятия на современном этапе.

18.4. Мотивация в административном менеджменте предприятия на современном этапе.

18.5. Контроль и регулирование в административном менеджменте предприятия на современном этапе.

18.6. Администрирование процесса принятия и реализации управленческих решений на предприятии в современных условиях.

18.7. Современные технологии в административном менеджменте

предприятия.

19. Логистический менеджмент

19.1. Логистический менеджмент в системе управления предприятием на современном этапе.

19.2. Планирование логистической деятельности на предприятии в современных условиях.

19.3. Организация логистической деятельности на предприятии в современных условиях.

19.4. Логистический анализ, контроль и аудит в системе менеджмента предприятия в современных условиях.

19.5. Информационное обеспечение логистической деятельности на предприятии в современных условиях.

19.6. Эффективность логистической деятельности предприятия на современном этапе.

20. Логистический аутсорсинг

20.1. Аутсорсинг как основа оптимизации логистических затрат на предприятии в современных условиях.

20.2. Аутсорсинг - как логистическая стратегия предприятия на современном этапе.

20.3. Эффективность логистического аутсорсинга на предприятии.

20.4. Логистический аутсорсинг в условиях кризисной экономики.

20.5. Управленческие решения в логистическом аутсорсинге на современном этапе.

21. Контроллинг логистических систем

21.1. Контроллинг логистической системы предприятия на современном этапе.

21.2. Логистический контроллинг в системе управления предприятием на современном этапе.

21.3. Маркетинговый контроллинг в системе управления предприятием на современном этапе.

21.4. Стратегический контроллинг в менеджменте предприятия на современном этапе.

21.5. Контроллинг инноваций в системе управления предприятием в рыночной экономике.

21.6. Контроллинг персонала в системе менеджмента предприятия на современном этапе.

21.7. Информационное обеспечение контроллинга на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

21.8. Результативность и качество контроллинга в условиях маркетинговой ориентации предприятия.

21.9. Контроллинг в системе принятия управленческих решений на предприятии в условиях маркетинговой ориентации.

21.10. Система планирования и бюджетирования как основа контроллинга на предприятии в современных условиях.

21.11. Логистический аудит как основа контроллинга логистической системы предприятия.

22. Креативный менеджмент

22.1. Креативный менеджмент на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

22.2. Организация креативного менеджмента на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

23. Управление безопасностью бизнеса

23.1. Управление безопасностью деятельности предприятия в условиях рыночных отношений.

23.2. Управление безопасностью бизнеса как основа повышения конкурентоспособности предприятия.

23.3. Управление экономической и информационной безопасностью предприятия в современных условиях.

24.4. Управление персоналом в системе обеспечения безопасности бизнеса в условиях рыночных отношений.

24.5. Управление информационной безопасностью предприятия на современном этапе.

24. Управление лояльностью потребителей

24.1. Управление лояльностью покупателей посредством CRM-систем на современном этапе.

24.2. Формирование лояльности покупателей предприятия на основе маркетинга.

24.3. Лояльность потребителей как нематериальный ресурс предприятия в современных условиях.

24.4. Формирование программ повышения потребительской лояльности на предприятии в современных условиях.

24.5. Формирование маркетинга взаимоотношений предприятия с покупателями в условиях рыночных отношений.

24.6. Управление развитием лояльности покупателей на предприятии в современных условиях.

24.7. Потребительская ценность – основа формирования лояльности покупателей предприятия на современном этапе.

24.8. Разработка программы потребительской лояльности на предприятии в современных условиях.

24.9. Современные методы формирования лояльности и оценка их

эффективности на предприятии.

24.10. Формирование потребительской лояльности к бренду как фактор развития предприятия на современном этапе.

25. Электронный маркетинг

25.1. Интернет-маркетинг как инструмент повышения эффективности деятельности предприятия на современном этапе.

25.2. Электронный маркетинг в комплексе продвижении бизнеса на современном этапе.

25.3. Эффективность электронного маркетинга на предприятии в современных условиях.

25.4. Формирование интегрированной системы электронного маркетинга на предприятии в современных условиях.

25.5. Маркетинговое сетевое взаимодействие предприятия с покупателями на рынке электронной торговли.

25.6. Интерактивность сайта как фактор повышения конкурентоспособности предприятия на современном этапе.

25.7. Мобильный маркетинг как инструмент маркетинговой деятельности предприятия на современном этапе.

25.8. Медиапланирование в интернет-маркетинге предприятия на современном этапе.

25.9. Механизм исследования онлайн-поведения покупателей на предприятии в современных условиях.

25.10. Стратегии интернет-маркетинга на предприятии в рыночных условиях.

25.11. Интегрированные маркетинговые коммуникации на рынке интернет-услуг.

25.12. Маркетинговая стратегия продвижения товаров интернет-магазина на современном этапе.

25.13. Комплекс маркетинга на рынке интернет-услуг в современных условиях.

25.14. Конкурентоспособность предприятия на рынке интернет-услуг на современном этапе.

25.15. Рекламная деятельность предприятия в Интернете.

25.16. Видеореклама предприятия в Интернете.

26. Оптово-посреднический менеджмент

26.1. Формирование системы менеджмента на оптовом предприятии в современных условиях.

26.2. Управление оптово-посреднической деятельностью предприятия на современном этапе.

26.3. Организация торгово-посреднической деятельности предприятия на современном этапе.

26.4. Управление системой хозяйственных связей на оптовом

предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

27. Логистическое обслуживание

27.1. Процесс логистического обслуживания на предприятии в современных условиях.

27.2. Формирование и внедрение системы логистического обслуживания на предприятии в рыночных условиях хозяйствования.

27.3. Управление качеством логистического обслуживания на предприятии в современных условиях.

27.4. Логистическая сервисная система на предприятии в современных условиях.

28. Маркетинг отношений

28.1. Маркетинговая система взаимодействия предприятия на современном этапе.

28.2. Маркетинг отношений в системе управления предприятием на современном этапе.

28.3. Стратегии управления маркетингом отношений на предприятии.

9. ОБРАЗЦЫ ПЛАНОВ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ

9.1 Для обучающихся направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» Профиль Менеджмент организаций

Тема: *Механизм управления предприятием на современном этапе*

Содержание

Введение
Раздел 1 Механизм управления предприятием: сущность и особенности в рыночных условиях
- 1.1 Функции менеджмента: содержание и проблемы реализации в условиях динамичной маркетинговой среды
- 1.2 Информационное обеспечение и методы управления в механизме менеджмента

Раздел 2 Исследование функций и механизма управления предприятием
- 2.1 Диагностика состояния системы управления предприятием
- 2.2 Функциональный анализ деятельности предприятия
- 2.3 Исследование механизма управления предприятием

Раздел 3 Совершенствование управления предприятием в условиях маркетинговой ориентации
- 3.1 Трансформация организации управления предприятием на основе маркетинга
- 3.2 Стратегический подход к планированию и контролю в управлении предприятием

Раздел 4. Безопасность жизнедеятельности
Выводы по разделу 4
Выводы
Список использованных источников
Приложения

Тема: *Системный подход в управлении предприятием в рыночных условиях хозяйствования*

Содержание

Введение
Раздел 1 Система управления предприятием на современном этапе
- 1.1 Система управления предприятием и его структура
- 1.2 Маркетинг в системе управления предприятием

Раздел 2 Исследование системы управления предприятием в условиях рыночных отношений
- 2.1 Диагностика состояния системы управления предприятием
- 2.2 Исследование системы управления предприятием в условиях нестабильности маркетинговой среды
- 2.3 Оценка эффективности системы управления предприятием

Раздел 3 Совершенствование системы управления предприятием в условиях маркетинговой ориентации
3.1 Маркетинговый менеджмент - основа совершенствования системы управления предприятием
3.2 Стратегия совершенствования системы управления предприятием
Раздел 4. Безопасность жизнедеятельности
Выводы по разделу 4
Выводы
Список использованных источников
Приложения

Тема: *Функции и методы управления предприятием в условиях рыночных отношений*

Содержание

Введение
Раздел 1 Функции и методы управления предприятием: их особенности в условиях рыночной экономики
1.1 Функциональный подход к управлению предприятием.
1.2 Методы управления как основной элемент механизма управления предприятием
Раздел 2 Исследование функций и методов управления предприятием
2.1 Мониторинг состояния системы управления предприятием
2.2 Функциональный анализ деятельности предприятия
2.3 Диагностика методов управления предприятием
Раздел 3 Совершенствование управления предприятием в условиях маркетинговой ориентации
3.1 Маркетинговая трансформация функций управления предприятием
3.2 Стратегический менеджмент – основа совершенствования методов управления предприятием
Раздел 4. Безопасность жизнедеятельности
Выводы по разделу 4
Выводы
Список использованных источников
Приложения

Тема: *Управление конкурентоспособностью предприятия в условиях маркетинговой ориентации на современном этапе*

Содержание

Введение
Раздел 1 Теоретические основы управления конкурентоспособностью предприятия в условиях маркетинговой ориентации
1.1 Управление конкурентоспособностью в системе менеджмента предприятия

1.2 Маркетинг как методологическая основа обеспечения повышения конкурентоспособности предприятия
Раздел 2 Маркетинговые исследования управления конкурентоспособностью предприятия
2.1 Диагностика состояния системы управления предприятием
2.2 Мониторинг конкурентной среды предприятия
2.3 Исследование процесса управления конкурентоспособностью предприятия
Раздел 3 Совершенствование управления конкурентоспособностью предприятия в условиях маркетинговой ориентации
3.1 Интегрированная система управления конкурентоспособностью предприятия на основе маркетинга
3.2 Конкурентные стратегии предприятия как основа обеспечения конкурентных преимуществ
Раздел 4. Безопасность жизнедеятельности
Выводы по разделу 4
Выводы
Список использованных источников
Приложения

Тема: *Управление человеческими ресурсами предприятия в условиях маркетинговой ориентации*

Содержание

Введение
Раздел 1 Теоретические основы управления человеческими ресурсами в условиях маркетинговой ориентации предприятия
1.1 Управление человеческими ресурсами как функция менеджмента предприятия
1.2 Маркетинг в управлении человеческими ресурсами предприятия
Раздел 2 Исследование системы управления человеческими ресурсами на предприятии
2.1 Диагностика состояния системы управления предприятием
2.2 Исследование процесса управления человеческими ресурсами на предприятии
2.3 Оценка эффективности управления человеческими ресурсами на предприятии
Раздел 3 Совершенствование управления человеческими ресурсами на предприятии на основе маркетинга
3.1 Направления совершенствования процесса управления человеческими ресурсами на предприятии
3.2 Стратегии управления человеческими ресурсами в условиях маркетинговой ориентации предприятия
Раздел 4. Безопасность жизнедеятельности
Выводы по разделу 4

Выводы
Список использованных источников
Приложения

Тема: *Стратегическое управление предприятием в условиях рыночной экономики*

Содержание

Введение
Раздел 1 Стратегическое управление: содержание и особенности в условиях рыночной экономики
1.1 Специфика, проблемы и основные этапы стратегического управления предприятием в условиях рыночной экономики
1.2 Особенности и состав стратегического набора предприятия
Раздел 2 Исследование стратегического управления на предприятии
2.1 Диагностика состояния системы управления предприятием
2.2 Исследование процесса стратегического управления предприятием
2.3 Стратегический контроль деятельности предприятия в условиях рыночной экономики
Раздел 3 Совершенствование стратегического управления предприятием на основе маркетинга
3.1 Маркетинговый инструментарий как основа совершенствования стратегического набора предприятия
3.2 Механизм реализации стратегий предприятия
Раздел 4. Безопасность жизнедеятельности
Выводы по разделу 4
Выводы
Список использованных источников
Приложения

Тема: *Управление распределением на предприятии в условиях маркетинговой ориентации*

Содержание

Введение
Раздел 1 Управление распределением в рыночных условиях хозяйствования
1.1 Управление распределением на предприятии: специфика и проблемы
1.2 Маркетинговая логистика как основа повышения эффективности системы управления распределением
Раздел 2 Исследование управления распределением на предприятии
2.1 Диагностика состояния системы управления предприятием
2.2 Исследование процесса управления распределением на предприятии
2.3 Маркетинговый контроль системы распределения предприятия
Раздел 3 Совершенствование управления распределением на предприятии на

основе маркетинга
3.1 Маркетинговый подход к совершенствованию системы управления распределением
3.2 Стратегическое управление распределением на предприятии
Раздел 4. Безопасность жизнедеятельности
Выводы по разделу 4
Выводы
Список использованных источников
Приложения

Тема: *Маркетинговое управление закупками товаров на предприятии в условиях рыночной экономики*

Содержание

Введение
Раздел 1. Теоретические основы маркетингового управления закупками товаров в предприятии в условиях рыночной экономики
1.1 Закупка и закупочная деятельность: специфика и проблемы в условиях маркетинговой ориентации
1.2 Маркетинг – основа управления закупкой товаров
Раздел 2 Исследование маркетингового управления закупкой товаров на предприятии
2.1 Диагностика состояния системы управления предприятием
2.2 Информационное обеспечение процесса маркетингового управления закупками товаров в предприятии
2.3 Исследование процесса маркетингового управления закупками товаров в предприятии
Раздел 3 Совершенствование маркетингового управления закупкой товаров в предприятии на основе маркетинга
3.1 Управление закупками товаров в условиях маркетинговой ориентации предприятия
3.2 Стратегический подход к маркетинговому управлению закупкой товаров в предприятии
Раздел 4. Безопасность жизнедеятельности
Выводы по разделу 4
Выводы
Список использованных источников
Приложения

Тема: *Управление маркетинговой деятельностью предприятия в условиях рыночной экономики*

Содержание

Введение
Раздел 1 Теоретические основы управления маркетинговой деятельностью в

условиях рыночной экономики
1.1 Маркетинг – основа совершенствования управления предприятием в рыночных условиях
1.2 Системный подход к управлению маркетинговой деятельностью предприятия
Раздел 2 Исследование управления маркетинговой деятельностью на предприятии
2.1 Диагностика состояния системы управления предприятием
2.2 Анализ процесса управления маркетинговой деятельностью на предприятии
2.3 Оценка эффективности (результативности) управления рисками в системе маркетинга предприятия
Раздел 3 Совершенствование управления маркетинговой деятельностью в условиях рынка
3.1 Интегрированная система управления маркетинговой деятельностью предприятия
3.2 Стратегии управления маркетинговой деятельностью предприятия
Раздел 4. Безопасность жизнедеятельности
Выводы по разделу 4
Выводы
Список использованных источников
Приложения

Тема: *Управление ассортиментом и качеством товаров на предприятии в условиях маркетинговой ориентации*

Содержание

Введение
Раздел 1 Управление ассортиментом и качеством товаров в рыночных условиях хозяйствования
1.1 Управление ассортиментом товаров в системе менеджмента предприятия
1.2 Обеспечение качества и конкурентоспособности товаров - основное направление маркетинговой товарной политики предприятия
Раздел 2 Исследование управления ассортиментом и качеством товаров в предприятии
2.1 Диагностика состояния системы управления предприятием
2.2 Исследование процесса управления ассортиментом и качеством товаров в предприятии
2.3 Маркетинговый товарный аудит в предприятии
Раздел 3 Совершенствование управления ассортиментом и качеством товаров в условиях маркетинговой ориентации предприятия
3.1 Направления совершенствования системы управления ассортиментом и качеством товаров предприятия на основе

маркетинга
3.2 Стратегическое управление ассортиментом и качеством товаров в предприятии
Раздел 4. Безопасность жизнедеятельности
Выводы по разделу 4
Выводы
Список использованных источников
Приложения

Тема: *Управление маркетинговой ценовой политикой предприятия на современном этапе*

Содержание

Введение
Раздел 1 Управление маркетинговой ценовой политикой в рыночных условиях: специфика и проблемы
1.1 Управление ценовой политикой предприятия в системе маркетингового менеджмента
1.2 Маркетинговые ценовые решения как основа разработки ценовых стратегий предприятия
Раздел 2 Исследование управления ценовой политикой на предприятии
2.1 Диагностика состояния системы управления предприятием
2.2 Анализ ценовых рисков в системе управления ценовой политикой предприятия
2.3 Эффективность управления ценовой политикой в предприятии
Раздел 3 Совершенствование маркетингового управления ценовой политикой предприятия на современном этапе.
3.1 Система информационного обеспечения в управлении маркетинговой ценовой политикой предприятия
3.2 Стратегическое управление маркетинговой ценовой политикой предприятия
Раздел 4. Безопасность жизнедеятельности
Выводы по разделу 4
Выводы
Список использованных источников
Приложения

Тема: *Маркетинговое управление рекламной деятельностью предприятия на современном этапе*

Содержание

Введение
Раздел 1 Теоретические основы маркетингового управления рекламной деятельностью
1.1 Маркетинговое управление рекламной деятельностью предприятия в менеджменте предприятия

1.2 Рекламная деятелность в комплексе маркетинговых коммуникаций
Раздел 2 Исследование маркетингового управления рекламной деятельностью предприятия
2.1 Организация маркетингового управления рекламной деятельностью предприятия
2.3 Диагностика процесса управления рекламной деятельностью предприятия
2.3 Эффективность (результативность) маркетингового управления рекламной деятельностью
Раздел 3 Совершенствование маркетингового управления рекламной деятельностью на основе маркетинга
3.1 Система маркетингового управления рекламной деятельностью в условиях маркетинговой ориентации
3.2 Стратегический подход к маркетинговому управлению рекламной деятельности предприятия
Раздел 4. Безопасность жизнедеятельности
Выводы по разделу 4
Выводы
Список использованных источников
Приложения

Тема: *Управление маркетинговыми коммуникациями предприятия в условиях динамичной внешней среды*

Содержание

Введение
Раздел 1 Управление маркетинговыми коммуникациями в сисме менеджмента предприятия
1.1 Комплекс маркетинговых коммуникаций как объект управления
1.2 Управление маркетинговыми коммуникациями в системем менеджмента предприятия
Раздел 2 Исследование управления маркетинговыми коммуникациями предприятия
2.1 Диагностика состояния системы управления предприятием
2.2 Исследование процесса планирования коммуникационных усилий и организации коммуникационной политики предприятия
2.3 Контроль коммуникационной активности предприятия
Раздел 3 Совершенствование управления маркетинговыми коммуникациями предприятия в условиях маркетинговой ориентации
3.1 Системный подход к управлению маркетинговыми коммуникациями предприятия
3.2 Коммуникационные стратегии как основа обеспечения рыночного успеха предприятия
Раздел 4. Безопасность жизнедеятельности
Выводы по разделу 4

Выводы
Список использованных источников
Приложения

Тема: Управление маркетинговой сбытовой политикой предприятия в условиях рыночной экономики

Содержание

Введение
Раздел 1 Теоретические основы управления маркетинговой сбытовой политикой предприятия в рыночных условиях
1.1 Управление маркетинговой сбытовой политикой в менеджменте предприятия
1.2 Маркетинг – основа управления сбытовой политикой предприятия
Раздел 2 Исследование управления маркетинговой сбытовой политикой предприятия
2.1 Диагностика состояния системы управления предприятием
2.2 Исследование процесса управления маркетинговой сбытовой политикой предприятия
2.3 Маркетинговый аудит сбытовой деятельности предприятия
Раздел 3 Совершенствование управления маркетинговой сбытовой политикой
3.1 Маркетинговый подход к совершенствованию управления сбытовой политикой предприятия
3.2 Стратегии управления маркетинговой сбытовой политикой предприятия
Раздел 4. Безопасность жизнедеятельности
Выводы по разделу 4
Выводы
Список использованных источников
Приложения

Тема: *Управление рисками предприятия в условиях маркетинговой ориентации*

Содержание

Введение
Раздел 1 Управление рисками в системе маркетинга: концептуальные основы, особенности и проблемы
1.1 Концептуальные основы риск-менеджмента предприятия в условиях маркетинговой ориентации его деятельности
1.2 Содержание и этапы процесса управления рисками в предприятии
Раздел 2 Исследование управления рисками в системе маркетинга предприятия
2.1 Диагностика состояния системы управления предприятием
2.2 Исследование процесса управления рисками предприятия
2.3 Оценка эффективности (результативности) управления рисками предприятия
Раздел 3 Совершенствование управления рисками предприятия в условиях

маркетинговой ориентации
3.1 Риск –менеджмент в повышении эффективности (результативности) управления предприятием
3.2 Стратегический маркетинг – основа совершенствования управления рисками предприятия
Раздел 4. Безопасность жизнедеятельности
Выводы по разделу 4
Выводы
Список использованных источников
Приложения

9.2 Для обучающихся направления подготовки 38.03.02 Менеджмент Профиль Логистика

Тема: *Логистическая система управления распределением товаров в деятельности предприятия на современном этапе*

Содержание

Введение
Раздел 1. Теоретические основы управления распределением в условиях маркетинговой ориентации предприятия
1.1. Система распределения товаров в современных условиях
1.2. Маркетинг и логистика в системе управления распределением товаров на предприятии
Раздел 2. Исследование управления распределением на предприятии
2.1. Диагностика системы управления предприятием
2.2. Исследование процесса управления распределением на предприятии
2.3. Эффективность (результативность) системы управления распределением товаров на предприятии
Раздел 3. Совершенствование логистической системы управления распределением товаров в условиях маркетинговой ориентации предприятия
3.1. Направления совершенствования логистической системы управления распределения товаров на предприятии.
3.2. Маркетинговый подход к повышению эффективности (результативности) системы управления распределением.
Раздел 4. Безопасность жизнедеятельности
Выводы по разделу 4
Выводы
Список использованных источников
Приложения

Тема: *Закупочная логистика в менеджменте предприятия*

Содержание

Введение
Раздел 1. Теоретические основы закупочной логистики на современном этапе
1.1. Логистический подход к управлению предприятием
1.2. Закупочная логистика: специфика и проблемы в рыночных условиях
Раздел 2. Исследование закупочной логистики на предприятии
2.1. Диагностика системы управления предприятием
2.2. Исследование процесса закупочной логистики на предприятии
2.3. Оценка эффективности (результативности) закупочной логистики на предприятии
Раздел 3. Совершенствование закупочной логистики на предприятии
3.1. Напрвления повышения эффективности (результатвиности) закупочной логистики в современных условиях
3.2. Стратегический подход в осуществлении закупочной логистики на предприятии
Раздел 4. Безопасность жизнедеятельности
Выводы по разделу 4
Выводы
Список использованных источников
Приложения

Тема: *Логистическая система предприятия и ее совершенствование в современных условиях*

Содержание

Введение
Раздел 1. Логистическая система предприятия: специфика и проблемы в современных условиях
1.1. Системный подход как основа управления потоковыми процессами на предприятии
1.2. Логистические системы и характеристика их структурных элементов.
Раздел 2. Исследование логистической системы предприятия.
2.1. Диагностика системы управления предприятием.
2.2. Анализ логистической системы предприятия.
2.3. Оценка эффективности (результативности) функционирования логистической системы предприятия.
Раздел 3. Совершенствование логистической системы предприятия в современных условиях
3.1. напрвления повышения эффективности (результативности) функционирования логистической системы предприятия
3.2. Стратегический подход к совершенствованию логистической системы управления предприятия
Раздел 4. Безопасность жизнедеятельности
Выводы по разделу 4

Выводы
Список использованных источников
Приложения.

Тема: *Контроллинг логистической системы предприятия на современном этапе*

Содержание

Введение
Раздел 1 Теоретические аспекты контроллинга логистической системы предприятия
1.1 Концептуальные основы управления в логистических системах
1.2. Контроллинг логистической системы: специфика и проблемы в условиях рынка
Раздел 2 Исследование процесса контроллинга логистической системы предприятия
2.1. Мониторинг среды функционирования предприятия.
2.2. Диагностика процесса контроллинга логистической системы предприятия.
2.3. Аудит логистической системы предприятия как инструмент контроллинга.
Раздел 3 Совершенствование контроллинга логистической системы предприятия.
3.1 Системный подход к контроллингу логистической системы предприятия.
3.2 Оптимизация логистической системы предприятия на основе инструментария контроллинга.
Раздел 4. Безопасность жизнедеятельности
Выводы по разделу 4
Выводы
Список использованных источников
Приложения

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ, КОТОРЫЕ РЕКОМЕНДУЮТСЯ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ПРИ ВЫПОЛНЕНИИ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

1. Балабанова, Л.В. Маркетинг предприятия: учебник / Л.В. Балабанова; М-во образования и науки Донец. Нар. Респ., Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк :ДонНУЭТ, 2020. – 424 с. – (Школа маркетингового менеджмента)
2. Балабанова, Л.В. Маркетинг [Текст] : учебник / Л.В. Балабанова ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского. – Изд. 4-е, переработ. и доп. – Донецк : ДОННУЭТ, 2020. –326с. – (Школа маркетингового менеджмента). Гриф МОН ДНР
3. Балабанова, Л.В. Управление маркетингом предприятия [Текст]: учебник / Л.В. Балабанова ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского. – Изд. 4-е, переработ. и доп. – Донецк : ДОННУЭТ, 2020. –181с. – (Школа маркетингового менеджмента).
4. Балабанова Л.В. Анциферова Е.А. Строкина Л.А. Маркетинг - основы управления сбытовой политикой: учебное пособие. Укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление, направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль Логистика, профиль Менеджмент организаций, бакалавриат, очная, заочная форма обучения// М-во образования и науки Донец. Народ. Респ.; ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского»; Каф. маркетинг. менедж. – Донецк : [ДонНУЭТ], 2022.
5. Балабанова Л.В. Германчук А.Н. Логистика: учебник с грифом МОН ДНР. Укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление, направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль Логистика, профиль Менеджмент организаций, бакалавриат, очная, заочная форма обучения// М-во образования и науки Донец. Народ. Респ.; ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского»; Каф. маркетинг. менедж. – Донецк : [ДонНУЭТ], 2022.
6. Балабанова Л.В. Управление офисом: учеб. пособие для студ. направления подг. 38.03.02 Менеджмент очн. и заочн. форм обуч. / Л. В. Балабанова, Е. В. Сардак. – Донецк : ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2019. – 202 с.
7. Балабанова Л.В. Управление товарной политикой [Текст]: учебное пособие (укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление, направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, образовательная программа высшего профессионального образования бакалавриата, очная и заочная формы

обучения) / Л. В. Балабанова, Д. С. Дегтярев ; М-во образования и науки Донц. Народ. Респ., Гос. орг. высш. проф. образования «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского» ; Каф. маркетинг. менедж. ; – Донецк : ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2020. – 123 с.

8. Балабанова Л.В. Электронный маркетинг. Учебное пособие для обучающийсяов укрупненной группы 38.00.00 Экономика и управление, направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль Логистика, профиль Менеджмент организаций, образовательной программы бакалавриата, очной и заочной форм обучения/ Л.В. Балабанова, А.Н. Германчук, А.А. Стельмах; ; М-во образования и науки Донец. Народ. Респ., Гос. орг. высш. проф. образования «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», каф. маркетинг. менедж.– Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2021

9. Балабанова Л.В. Новые горизонты управления нейромаркетингом: технология и практика: монография / Л.В. Балабанова, Л.А. Строкина ; М-во науки и высш. образования РФ, Фед. Гос. Бюдж. Обр. Уч. Высш. Образования «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского . – Донецк: ИП Клейменов, 2023. - 302 с. (Школа маркетингового менеджмента).

10. Балабанова Л.В. Управление лояльностью потребителей. Учебное пособие для обучающийсяов укрупненной группы 38.00.00 Экономика и управление направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль: Менеджмент организаций, Логистика, очн. и заочн. форм обучения / Л.В. Балабанова, Е.А. Анциферова; М-во науки и высш. образования РФ, Фед. Гос. Бюдж. Обр. Уч. Высш. Образования «Донец. нац. ун- т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского» – Донецк: ИП Клеймёнов, 2023. -190 с.

11. Баранова Н. В. Логистика и управление цепями поставок: практикум : учебное пособие / Н. В. Баранова, В. А. Виниченко, А. Н. Кузьмин. — Новосибирск : СГУВТ, 2022. — 62 с. — ISBN 978-5-8119-0919-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/293360

12. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л. А. Дробышева. — 8-е изд. — Москва : Дашков и К, 2022. — 152 с. — ISBN 978-5-394-04671-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/230069

13. Ильяшенко, С. Б. Коммуникативная политика розничных торговых предприятий : учебное пособие / С. Б. Ильяшенко, Е. Ю. Депутатова, А. О. Зверева. — Москва : Дашков и К, 2022. — 144 с. — ISBN 978-5-394-03702-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/277298

14. Карпычева, М. В. Управление материальными ресурсами и складская логистика на предприятии : учебно-методическое пособие / М. В. Карпычева. — Москва : РУТ (МИИТ), 2023. — 12 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/367649

15. Колбин, В. В. Оценка и управление риском / В. В. Колбин, В. А.

Ледовская. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 248 с. — ISBN 978-5-507-46864-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/322655

16. Кочнева, Д. И. Транспортная логистика: практикум : учебное пособие / Д. И. Кочнева. — Екатеринбург : , 2023. — 100 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/369485

17. Краснянская, О. В. Управление результативностью маркетинга : учебное пособие / О. В. Краснянская. — Москва : РТУ МИРЭА, 2022. — 152 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/256790

18. Кудинова, М. Г. Финансовый анализ : учебное пособие / М. Г. Кудинова, Н. А. Шевчук, Р. Г. Горносталь. — Барнаул : АГАУ, 2023. — 81 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/331694

19. Лебедев Е.А. Инновационные процессы в логистике [Электронный ресурс]: монография/ Лебедев Е.А., Миротин Л.Б., Покровский А.К.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Инфра-Инженерия, 2019.— 392 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/86592.html.— ЭБС «IPRbooks»

20. Лобарева, Н. В. Управление взаимоотношениями с потребителями: практикум : учебное пособие / Н. В. Лобарева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2023. — 76 с. — ISBN 978-5-7339-1838-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/368819

21. Лукаш, Ю. А. Маркетинг как составляющая обеспечения конкурентоспособности : учебное пособие / Ю. А. Лукаш. — Москва : ФЛИНТА, 2022. — 125 с. — ISBN 978-5-9765-5165-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/266360

22. Лукаш, Ю. А. Сбыт продукции как инструмент конкуренции : учебное пособие / Ю. А. Лукаш. — Москва : ФЛИНТА, 2022. — 213 с. — ISBN 978-5-9765-5161-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/266378

23. Лукаш, Ю. А. Управление спросом : учебное пособие / Ю. А. Лукаш. — Москва : ФЛИНТА, 2022. — 85 с. — ISBN 978-5-9765-5164-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/266390

24. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под редакцией А. Л. Абаева [и др.]. — Москва : Дашков и К, 2022. — 433 с. — ISBN 978-5-394-04185-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/277322

25. Маркетинг и логистика в эпоху ESG-трансформации : монография / Т. В. Ибрагимхалилова, М. Н. Беспятая, С. П. Вакуленко [и др.]. — Донецк : ДонНУ, 2023. — 311 с. — ISBN 978-5-907776-15-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL:

https://e.lanbook.com/book/380228

26. Маркетинговые исследования : учебное пособие / О. В. Конина, О. С. Пескова, О. В. Юрова [и др.]. — Волгоград : ВолгГТУ, 2022. — 234 с. — ISBN 978-5-9948-4401-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/279758

27. Мартынова, Ю. А. Инновационные методы оценки конкурентоспособности : монография / Ю. А. Мартынова. — Санкт-Петербург : ГУАП, 2023. — 132 с. — ISBN 978-5-8088-1833-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/341045

28. Моделирование логистических систем : учебное пособие / И. Б. Арефьев, Е. К. Коровяковский. — Санкт-Петербург : ПГУПС, 2022. — 61 с. — ISBN 978-5-7641-1687-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/222482

29. Моргачев, И. В. Управление проектами : учебное пособие / И. В. Моргачев. — Волгоград : Волгоградский ГАУ, 2023. — 88 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/343892

30. Набоков, В. И. Менеджмент : учебник / В. И. Набоков. — Москва : Дашков и К, 2023. — 186 с. — ISBN 978-5-394-05385-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/315932

31. Набоков, В. И. Основы менеджмента : учебник / В. И. Набоков. — Москва : Дашков и К, 2023. — 278 с. — ISBN 978-5-394-05284-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/315947

32. Николаева, М. А. Маркетинг : учебник / М. А. Николаева. — Москва : Дашков и К, 2023. — 364 с. — ISBN 978-5-394-05097-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/315923

33. Носкова, С. А. Стратегическое управление : учебное пособие / С. А. Носкова, Ю. А. Завойских. — Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2023. — 76 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/340118

34. Основы управления проектами : учебное пособие / составители Л. Г. Агапитова [и др.]. — Тюмень : ГАУ Северного Зауралья, 2023. — 116 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/339878

35. Поведение потребителей : учебное пособие / Е. А. Иванова, Ю. И. Соколов, И. М. Лавров [и др.]. — Москва : РУТ (МИИТ), 2023. — 147 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/367616

36. Пустынникова, Е. В. Интегрированная логистика : учебное пособие / Е. В. Пустынникова. — 2-е изд., испр. и доп.. — Санкт-Петербург :

Интермедия, 2024. — 312 с. — ISBN 978-5-4383-0285-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/371237

37. Родионова, Е. В. Исследование рынка и продвижение продукции: практикум : учебное пособие / Е. В. Родионова. — Йошкар-Ола : ПГТУ, 2023. — 44 с. — ISBN 978-5-8158-2328-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/336251

38. Синяева, И. М. Маркетинг в торговле : учебник / И. М. Синяева. — 6-е изд. — Москва : Дашков и К, 2022. — 396 с. — ISBN 978-5-394-04227-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/277328

39. Синяева, И. М. Маркетинг услуг : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под редакцией Л. П. Дашкова. — 5-е изд., стер. — Москва : Дашков и К, 2022. — 252 с. — ISBN 978-5-394-04032-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/277334

40. Старков, А. Н. Интернет-маркетинг и реклама : учебное пособие / А. Н. Старков, Е. В. Сторожева. — 2-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2023. — 64 с. — ISBN 978-5-9765-3698-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/348293

41. Тайм-менеджмент : учебно-методическое пособие / составитель Ю. И. Авадэни, Е. А. Байда. — Омск : СибАДИ, 2023. — 170 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/339110

42. Теория и практика стратегического управления организациями в современной экономике : монография / Н. В. Арсеньева, Л. М. Путятина, Г. В. Тихонов. — Москва : МАИ, 2023. — 164 с. — ISBN 978-5-6048908-3-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/343997

43. Толстых А.С., Безопасность жизнедеятельности: учеб. пособие к выполнению разд. "Безопасность жизнедеятельности" в выпуск. квалификац. работах бакалавров для всех направлений и специализаций оч. и заоч форм обучения / А. С. Толстых; М-во образования и науки ДНР, ГО ВПО "Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, Каф. естествознания и безопасности жизнедеятельности . ─ Донецк : ДонНУЭТ, 2022 . ─ 149 с.

44. Управление изменениями : учебное пособие / Е. А. Байдина. — Пермь : ПНИПУ, 2023. — 70 с. — ISBN 978-5-398-02867-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/328886

45. Управление инновационной системой предприятия : учебное пособие / А. С. Афанасьев, С. И. Боков, П. С. Желтухин [и др.]. — Москва : РТУ МИРЭА, 2023. — 50 с. — ISBN 978-5-7339-1680-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL:

https://e.lanbook.com/book/329057

46. Фомичев, А. Н. Управление проектами : учебник / А. Н. Фомичев. — Москва : Дашков и К, 2023. — 257 с. — ISBN 978-5-394-05026-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/315992

47. Цветков, А. Н. Теория менеджмента / А. Н. Цветков. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 344 с. — ISBN 978-5-507-46545-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/310286

48. Черных, В. В. Маркетинговые исследования рынка инновационного продукта : учебное пособие / В. В. Черных. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 120 с. — ISBN 978-5-8114-2824-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/21272

49. Шальнова, О. А. Коммуникативные аспекты маркетинговой деятельности : учебное пособие / О. А. Шальнова, Н. В. Ребрикова. — Москва : Дашков и К, 2023. — 202 с. — ISBN 978-5-394-05257-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/315908

50. Шапкин, А. С. Теория риска и моделирование рисковых ситуаций : учебник / А. С. Шапкин, В. А. Шапкин. — 10-е изд., перераб. — Москва : Дашков и К, 2023. — 874 с. — ISBN 978-5-394-05397-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/316016

51. Шапкин, А. С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций : учебное пособие / А. С. Шапкин, В. А. Шапкин. — 12-е изд., перераб. — Москва : Дашков и К, 2023. — 538 с. — ISBN 978-5-394-05412-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/316010

52. Яшин А.А. Логистика. Основы планирования и оценки эффективности логистических систем [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО/ Яшин А.А., Ряшко М.Л.— Электрон. текстовые данные.— Саратов, Екатеринбург: Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019.— 51 с.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ:

1. http://library.donnuet.education/ Локальная компьютерная сеть Научной библиотеки ФГБОУ ВО ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского [Электронный ресурс]
2. http://www. elibrary. ru/ Научная электронная библиотека eLibrary [Электронный ресурс]
3. http://www.economy.gov.ru/ Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]
4. http://www.knigafund.ru./ Электронно-библиотечная система «КнигаФонд» : учебная и научная литература. Специальные условия

сотрудничества для вузов и ссузов [Электронный ресурс]

5. http://www.krugosvet.ru/ Универсальная электронная энциклопедия «Кругосвет»

6. http://www.wikipedia.org/ Открытая многотомная вики-энциклопедия «Википедия»

7. http://znanium.com./ Znanium.com: электронно-библиотечная система [Электронный ресурс]

8. https:// e.lanbook.com./ Лань : электронно-библиотечная система

9. https://grebennikon.ru. / Электронная библиотека Grebennikon

10. https://http://www.iprbookshop.ru./ IPRbooks: Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс]

11. www.distant.donnuet.ru. / Дистанционная система MOODL ДонНУЭТ

12. www.lib-dpr.ru/ Донецкая республиканская универсальная научная библиотека имени Н.К. Крупской

13. www.marketman.donnuet.ru./ Сайт кафедры маркетингового менеджмента