Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 05.11.2026 08:11:22
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfe3827224e676a271b2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВОГО ДЕЛА

ПОДГОТОВКА К ПРОЦЕДУРЕ ЗАЩИТЫ И ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Методические рекомендации для обучающихся
по направления подготовки 38.04.01 Экономика
Магистерская программа: Маркетинг, Рекламный бизнес
ОПОП ВО Магистратура
очной и заочной форм обучения

Донецк 2026

УДК [658.8:004.4/.9]:378.22(076.5)
ББК 65.291.3я73+32.973.26я73+74.480.28я73
А35

Рекомендовано Учебно-методическим советом Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского (протокол № 10 от 27.05.2026 г.)

Рецензенты:

д.э.н., проф. Возиянова Н.Ю.
к.э.н., доц. Ткаченко А.А.

А 35 ПОДГОТОВКА К ПРОЦЕДУРЕ ЗАЩИТЫ И ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ Методические рекомендации для обучающихся [Текст]: М-во образования и науки РФ, ФГБОУ ВО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», Каф. маркетинга и торг. дела; Е.М. Азарян, Д.В. Махноносов, А.И. Носова, А.А. Кривонос. - Донецк: [ДОННУЭТ], 2026. – 65с.

Методические рекомендации содержат цели и задачи выпускной квалификационной работы, основные этапы ее выполнения, выбор и предприятия, на примере которого она должна быть выполнена, организация выполнения выпускной квалификационной работы, требования к содержанию, требования к оформлению, программные продукты, которые рекомендуется использовать при написании выпускной квалификационной работы, подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы, руководство и ее рецензирование, критерии оценки выпускной квалификационной работы.

Методические рекомендации разработаны для обучающихся направления подготовки 38.04.01 Экономика, Магистерская программа: Маркетинг, Рекламный бизнес.

УДК [658.8:005.21]:378(076.5)
ББК 65.291.3я73+65.291.213я73+74.480.28я73

© Азарян Е.М., Махноносов Д.В., Кривонос А.А., Носова А.И., 2026
© ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2026

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 4
1. Цели и задачи выпускной квалификационной работы 5
2. Компетенции, формируемые в результате написания ВКР..... 6
3. Основные этапы выполнения выпускной квалификационной работы 14
4. Выбор темы выпускной квалификационной работы и предприятия, на примере которого она должна быть выполнена 15
5. Организация выполнения выпускной квалификационной работы..... 16
6. Требования к содержанию выпускной квалификационной работы 18
7. Требования к оформлению выпускной квалификационной работы 23
8. Программные продукты, которые рекомендуется использовать при он-лайн исследованиях в выпускной квалификационной работе..... 29
9. Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы. 34
10. Руководство выпускной квалификационной работы и ее рецензирование ... 35
11. Критерии оценки выпускной квалификационной работы..... 38
Приложения..... 40

ВВЕДЕНИЕ

Выпускная квалификационная работа является формой аттестации, которая позволяет подтвердить уровень усвоения теоретических знаний и практической подготовки выпускника в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования - Магистратура. В ходе ее выполнения обобщаются и систематизируются теоретические знания, закрепляются практические умения и навыки, проявляются профессиональные компетенции.

Настоящие методические рекомендации разработаны в соответствии с требованиями отраслевой компоненты стандартов высшего образования по подготовке специалистов образовательно-квалификационного уровня «Магистр» по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, Магистерская программа: Маркетинг, Рекламный бизнес.

Методические рекомендации содержат основные требования, которые выдвигаются к содержанию и оформлению выпускной квалификационной работы, организации ее выполнения, порядка защиты и оценки.

К выполнению выпускной квалификационной работы допускаются обучающиеся, которые успешно сдали зачетно-экзаменационную сессию, завершили стажировку и защитили отчет о ее прохождении.

Магистр - самый высокий квалификационный уровень специалиста, который на основе квалификации бакалавра получил углубленные специальные знания, имел определенный опыт их применения для решения профессиональных и научных задач в практической деятельности.

выпускная квалификационная работа выполняется на основании углубленного изучения действующего законодательства, специализированной отечественной и зарубежной литературы, передового опыта по изучению исследуемой проблемы, а также результатов собственных исследований обучающегося.

Каждому магистру кафедра маркетинга и торгового дела назначает научного руководителя, который оказывает научно-методическую помощь обучающемуся в его самостоятельной работе над выпускной квалификационной работой. Научный руководитель консультирует обучающегося, помогает ему составить план работы и индивидуальное задание по стажировке, контролирует соблюдение графика выполнения, рецензирует части выпускной квалификационной работы и завершенную рукопись, готовит обучающегося к защите выпускной квалификационной работы.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Выпускная квалификационная работа (ВКР) является конечным результатом самостоятельной индивидуальной научно-исследовательской деятельности обучающегося, комплексным научным исследованием, которое подводит итоги изучения им дисциплин, предусмотренных учебными планами подготовки по специальности, прохождения всех практик и стажировок.

На основании защиты выпускной квалификационной работы Государственная аттестационная комиссия (ГАК) решает вопрос о присвоении ее автору квалификации магистра и выдаче соответствующего диплома.

Целью выполнения выпускной квалификационной работы является глубокое осмысление профессиональной проблемы, комплексное освоение материала и методов самостоятельного исследования, практическое применение теоретических знаний для решения конкретных задач по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятий.

Основная ***задача*** выпускной квалификационной работы – подготовка обучающихся к практической самостоятельной деятельности на основе знаний, полученных в процессе обучения в университете.

В процессе выполнения выпускной квалификационной работы обучающийся должен продемонстрировать способность самостоятельно вести научный поиск, ставить и решать профессиональные задачи, профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения, опираясь на сформированные компетенции.

В процессе выполнения выпускной квалификационной работы обучающийся в соответствии с квалификационными требованиями должен проявить:

- знание общетеоретических, общеэкономических, профессионально-ориентированных и специальных дисциплин, раскрывающих теоретические основы и практические вопросы маркетинга;
- умение отбирать, систематизировать и обрабатывать информацию, согласно целям исследования;
- умение определять и использовать причинно-следственные связи процессов и явлений в прикладной области;
- умение обосновывать научные выводы и конкретные предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия, по материалам которого выполнена выпускная квалификационная работа.

Выпускная квалификационная работа должна отвечать следующим требованиям:

- Наличие в работе всех структурных элементов исследования: теоретической, аналитической и практической составляющих.
- Наличие обоснованной авторской позиции, раскрывающей видение сущности проблемы автором.
- Использование в аналитической части исследования обоснованного

комплекса методов и методик, способствующих раскрытию сути проблемы.

- Целостность работы, которая проявляется в связанности теоретической и экспериментальной его частей (для исследований, содержащих экспериментальную часть).
- Перспективность исследования: наличие в работе материала (идей, данных и пр.), который может стать источником дальнейших исследований.
- Достаточность и современность использованного библиографического материала и иных источников.

В процессе подготовки и защиты выпускной квалификационной работы обучающийся должен продемонстрировать:

– знания, полученные им как по учебным дисциплинам, учитывающим как направленность образовательной программы, так и по направлению подготовки/специальности в целом;

– умение работать со специальной и методической литературой, включая литературу на иностранном языке, нормативной документацией, статистической информацией;

– навыки ведения исследовательской работы;

– умение самостоятельного обобщения результатов исследования и формулирования выводов;

– владение компьютером и специальным программным обеспечением как инструментом обработки информации;

– умение логически строить текст, формулировать выводы и предложения.

Автор выпускной квалификационной работы несет *полную ответственность* за самостоятельность и достоверность проведенного исследования. Все использованные в работе материалы и положения из опубликованной научной и учебной литературы, других информационных источников обязательно должны иметь на них ссылки.

К защите не допускается выпускная квалификационная работа, которая не соответствует требованиям к содержанию и оформлению; написана без соблюдения утвержденного плана; не содержит материалов конкретного исследования темы на примере реального предприятия и обоснованных предложений; не имеет отзыва научного руководителя, рецензии предприятия, на материалах которого выполнена выпускная квалификационная работа и внешней рецензии.

2. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ НАПИСАНИЯ ВКР

В результате написания ВКР обучающиеся направления подготовки 38.04.01 Экономика Магистерской программы Маркетинг должны обладать следующими компетенциями:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения Компетенции
1	2
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИДК-1$_{УК-1}$ Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними
	ИДК-2$_{УК-1}$ Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации.
	ИДК-3$_{УК-1}$ Вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них.
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИДК-1$_{УК-2}$ Понимает принципы проектного подхода к управлению.
	ИДК-2$_{УК-2}$ Демонстрирует способность управления проектами.
	ИДК-3$_{УК-2}$ Осуществляет мониторинг хода реализации проекта (исследования), вносит дополнительные изменения (при необходимости) в план и предлагает возможные пути (алгоритмы) внедрения в практику результатов проекта
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИДК-1$_{УК-3}$ Понимает и знает особенности формирования эффективной команды.
	ИДК-2$_{УК-3}$ Демонстрирует поведение эффективного организатора и координатора командного взаимодействия.
	ИДК-3$_{УК-3}$ Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИДК-1$_{УК-4}$ Составляет в соответствии с нормами государственного и иностранных языков документы (письма, эссе, рефераты и пр.) для академического и профессионального взаимодействия).
	ИДК-2$_{УК-4}$ Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на мероприятиях различного формата, включая международные.
	ИДК-3$_{УК-4}$ Принимает участие в академических и профессиональных дискуссиях в том числе на иностранном(ых) языке(ах)
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИДК-1$_{УК-5}$ Имеет представление о сущности и принципах анализа разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия.
	ИДК-2$_{УК-5}$ Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.
	ИДК-3$_{УК-5}$ Обеспечивает создание толерантной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИДК-1$_{УК-6}$ Определяет стимулы, мотивы и приоритеты собственной профессиональной деятельности и цели карьерного роста.
	ИДК-2$_{УК-6}$ Проводит оценку своей деятельности и разрабатывает способы её совершенствования.
	ИДК-3$_{УК-6}$ Оценивает предложения рынка труда с целью

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения Компетенции
1	2
	определения приоритетов профессионального развития
ОПК-1. Способен применять знания (на продвинутом уровне) фундаментальной экономической науки при решении практических и (или) исследовательских задач	ИДК-1$_{ОПК-1}$ Понимает теории, принципы и законы фундаментальной экономической науки на продвинутом уровне.
	ИДК-2$_{ОПК-1}$ Использует экономические знания, позволяющие принимать эффективные решения при решении практических и (или) исследовательских задач.
	ИДК-3$_{ОПК-1}$ Дает оценку и интерпретирует результаты исследований в области экономики для решения практических и (или) исследовательских задач.
ОПК-2. Способен применять продвинутые инструментальные методы экономического анализа в прикладных и (или) фундаментальных исследованиях	ИДК-1 $_{ОПК-2}$ Применяет методы экономического анализа для решения фундаментальных прикладных задач в области профессиональных знаний.
	ИДК-2 $_{ОПК-2}$ Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации с использованием продвинутых инструментальных методов экономического анализа.
	ИДК-3$_{ОПК-2}$ Использует продвинутый логико-методологический инструментарий экономического анализа для оценки современных исследований.
ОПК-3. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в экономике	ИДК-1$_{ОПК-3}$ Использует современные подходы для критической оценки научных исследований в экономике.
	ИДК-2 $_{ОПК-3}$ Обобщает результаты оценки научных исследований в экономике.
	ИДК-3 $_{ОПК-3}$ Приводит выводы на основании критического подхода к результатам научных исследований.
ОПК-4. Способен принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность	ИДК-1$_{ОПК-4}$ Применяет современные финансовые и экономические инструменты для разработки мероприятий по повышению эффективности проектов.
	ИДК-2$_{ОПК-4}$ Применяет методы оценки эффективности и на их основе разрабатывает варианты организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности и несет за них ответственность.
	ИДК-3$_{ОПК-4}$ Прогнозирует ответное поведение заинтересованных сторон на принимаемые организационно-управленческие решения.
ОПК-5. Способен использовать современные информационные	ИДК-1$_{ОПК-5}$ Использует технические средства и информационные технологии для поиска информации при решении профессиональных задач.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения Компетенции
1	2
технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ИДК-2$_{ОПК-5}$ Содержательно интерпретирует полученные данные с помощью программных средств при решении профессиональных задач.
	ИДК-3 $_{ОПК-5}$ Использует современные информационные технологии и программные средства при обработке финансово-экономических показателей для выбора управленческих решений.
ПК-1. Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)	ИДК-1$_{ПК-1}$ Обосновывает критерии эффективности оценки инновационных технологий профессиональной деятельности ИДК-2 $_{ПК-1}$ Производит расчеты по обоснованию эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности
ПК-2 Способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес технологий с использованием научных методов	ИДК-1$_{ПК-2}$ Знать методику и технологии проведения научных исследований конъюнктуры рынка и бизнес технологий ИДК-2$_{ПК-2}$ Уметь прогнозировать, моделировать и проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес технологий
ПК-3 Способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательской работы	ИДК-1$_{ПК-3}$ Уметь проводить исследования профессиональной деятельности ИДК-2$_{ПК-3}$ Уметь прогнозировать потребности потребителей и оценивать уровень их удовлетворения, применять инновационные методы для развития профессиональной деятельности
ПК-4. Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ИДК-1 $_{ПК\ 4}$ Знать методику проведения комплексного маркетингового исследования ИДК-2 $_{ПК}$ 4 Уметь разрабатывать маркетинговые решения в отношении товаров (услуг, брендов) ИДК-3 $_{ПК\ 4}$ Владеть инструментами проектного управления в выработке эффективной маркетинговой деятельности

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения Компетенции
1	2
ПК-5. Формирование и управление маркетинговой стратегией организации	ИДК-1$_{ПК5}$ Знать методику проведения комплексного маркетингового исследования, методы управления бизнес-процессами ИДК-2$_{ПК5}$ Уметь разрабатывать маркетинговую стратегию организации, реализовывать маркетинговые стратегии в организации ИДК-3$_{ПК5}$ Владеть навыками создания и развития стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации, руководства работой по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур маркетинговой службы организации
ПК-6. Способность к планированию и контролю маркетинговой деятельности организации	ИДК-1$_{ПК6}$ Знать законодательство и международное право в области маркетинговой деятельности; инструменты бренд-менеджмента. ИДК-2$_{ПК6}$ Уметь проводить оценку результативности маркетинговых программ; осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации. ИДК-3$_{ПК6}$ Владеть навыками осуществления контроля маркетинговой деятельности организации; создания и развития операционной системы для выполнения маркетинговых функций в организации

В результате написания ВКР обучающиеся направления подготовки 38.04.01 Экономика Магистерской программы Рекламный бизнес должны обладать следующими компетенциями:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1	2
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИДК-1$_{УК-1}$ Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними
	ИДК-2$_{УК-1}$ Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации.
	ИДК-3$_{УК-1}$ Вырабатывает стратегию действий для решения проблемной ситуации в виде последовательности шагов, предвидя результат каждого из них.
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИДК-1$_{УК-2}$ Понимает принципы проектного подхода к управлению.
	ИДК-2$_{УК-2}$ Демонстрирует способность управления проектами.
	ИДК-3$_{УК-2}$ Осуществляет мониторинг хода реализации проекта (исследования), вносит дополнительные изменения (при необходимости) в план и предлагает возможные пути (алгоритмы) внедрения в практику результатов проекта
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИДК-1$_{УК-3}$ Понимает и знает особенности формирования эффективной команды.
	ИДК-2$_{УК-3}$ Демонстрирует поведение эффективного организатора и координатора командного взаимодействия.
	ИДК-3$_{УК-3}$ Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1	2
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИДК-1$_{УК-4}$ Составляет в соответствии с нормами государственного и иностранных языков документы (письма, эссе, рефераты и пр.) для академического и профессионального взаимодействия).
	ИДК-2$_{УК-4}$ Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на мероприятиях различного формата, включая международные.
	ИДК-3$_{УК-4}$ Принимает участие в академических и профессиональных дискуссиях в том числе на иностранном(ых) языке(ах)
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИДК-1$_{УК-5}$ Имеет представление о сущности и принципах анализа разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия.
	ИДК-2$_{УК-5}$ Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.
	ИДК-3$_{УК-5}$ Обеспечивает создание толерантной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИДК-1$_{УК-6}$ Определяет стимулы, мотивы и приоритеты собственной профессиональной деятельности и цели карьерного роста.
	ИДК-2$_{УК-6}$ Проводит оценку своей деятельности и разрабатывает способы её совершенствования.
	ИДК-3$_{УК-6}$ Оценивает предложения рынка труда с целью определения приоритетов профессионального развития
ОПК-1. Способен применять знания (на продвинутом уровне) фундаментальной экономической науки при решении практических и (или) исследовательских задач	ИДК-1$_{ОПК-1}$ Понимает теории, принципы и законы фундаментальной экономической науки на продвинутом уровне.
	ИДК-2$_{ОПК-1}$ Использует экономические знания, позволяющие принимать эффективные решения при решении практических и (или) исследовательских задач.
	ИДК-3$_{ОПК-1}$ Дает оценку и интерпретирует результаты исследований в области экономики для решения практических и (или) исследовательских задач.
ОПК-2. Способен применять продвинутые инструментальные методы экономического анализа в прикладных и (или) фундаментальных исследованиях	ИДК-1 $_{ОПК-2}$ Применяет методы экономического анализа для решения фундаментальных прикладных задач в области профессиональных знаний.
	ИДК-2 $_{ОПК-2}$ Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации с использованием продвинутых инструментальных методов экономического анализа.
	ИДК-3$_{ОПК-2}$ Использует продвинутый логико-методологический инструментарий экономического анализа для оценки современных исследований.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1	2
ОПК-3. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в экономике	ИДК-1$_{ОПК-3}$ Использует современные подходы для критической оценки научных исследований в экономике.
	ИДК-2 $_{ОПК-3}$ Обобщает результаты оценки научных исследований в экономике.
	ИДК-3 $_{ОПК-3}$ Приводит выводы на основании критического подхода к результатам научных исследований.
ОПК-4. Способен принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность	ИДК-1$_{ОПК-4}$ Применяет современные финансовые и экономические инструменты для разработки мероприятий по повышению эффективности проектов.
	ИДК-2$_{ОПК-4}$ Применяет методы оценки эффективности и на их основе разрабатывает варианты организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности и несет за них ответственность.
	ИДК-3$_{ОПК-4}$ Прогнозирует ответное поведение заинтересованных сторон на принимаемые организационно-управленческие решения.
ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ИДК-1$_{ОПК-5}$ Использует технические средства и информационные технологии для поиска информации при решении профессиональных задач.
	ИДК-2$_{ОПК-5}$ Содержательно интерпретирует полученные данные с помощью программных средств при решении профессиональных задач.
	ИДК-3 $_{ОПК-5}$ Использует современные информационные технологии и программные средства при обработке финансово-экономических показателей для выбора управленческих решений.
ПК-1. Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)	ИДК-1$_{ПК-1}$ Обосновывает критерии эффективности оценки инновационных технологий профессиональной деятельности ИДК-2 $_{ПК-1}$ Производит расчеты по обоснованию эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности
ПК-2 Способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес технологий с использованием научных методов	ИДК-1$_{ПК-2}$ Знать методику и технологии проведения научных исследований конъюнктуры рынка и бизнес технологий ИДК-2$_{ПК-2}$ Уметь прогнозировать, моделировать и проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес технологий

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1	2
ПК-3 Способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательской работы	ИДК-1$_{ПК-3}$ Уметь проводить исследования профессиональной деятельности ИДК-2$_{ПК-3}$ Уметь прогнозировать потребности потребителей и оценивать уровень их удовлетворения, применять инновационные методы для развития профессиональной деятельности
ПК-4. Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ИДК-1 $_{ПК\ 4}$ Знать методику проведения комплексного маркетингового исследования ИДК-2 $_{ПК}$ 4 Уметь разрабатывать маркетинговые решения в отношении товаров (услуг, брендов) ИДК-3 $_{ПК\ 4}$ Владеть инструментами проектного управления в выработке эффективной маркетинговой деятельности
ПК-5. Формирование и управление маркетинговой стратегией организации	ИДК-1$_{ПК5}$ Знать методику проведения комплексного маркетингового исследования, методы управления бизнес-процессами ИДК-2$_{ПК5}$ Уметь разрабатывать маркетинговую стратегию организации, реализовывать маркетинговые стратегии в организации ИДК-3$_{ПК5}$ Владеть навыками создания и развития стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации, руководства работой по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур маркетинговой службы организации
ПК-6. Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ИДК-1 ПК-6. Знать особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем ИДК-2 ПК-6.Знать особенности функционирования современных социальных медиа ИДК-3 ПК-6. Уметь планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ПК-7. Контроль реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ИДК-1 ПК-7 Знать принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика) ИДК-2 ПК-7 Уметь взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта ИДК-3 ПК-7 Уметь контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ПК-8. Способность к планированию и контролю маркетинговой деятельности организации	ИДК-1$_{ПК8}$ Знать законодательство и международное право в области маркетинговой деятельности; инструменты бренд-менеджмента. ИДК-2$_{ПК8}$ Уметь проводить оценку результативности маркетинговых программ; осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации. ИДК-3$_{ПК8}$ Владеть навыками осуществления контроля маркетинговой деятельности организации; создания и развития операционной системы для выполнения маркетинговых функций в организации

3. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ВЫПОЛНЕНИЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Выполнение выпускной квалификационной работы рекомендуется разделить на этапы, приведены на рис. 3.1.



Рис. 3.1. Этапы выполнения выпускной квалификационной работы

4. ВЫБОР ТЕМЫ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ И ПРЕДПРИЯТИЯ, НА ПРИМЕРЕ КОТОРОГО ОНА ДОЛЖНА БЫТЬ ВЫПОЛНЕНА

Выбор темы выпускной квалификационной работы происходит по принципу преемственности научного руководства студенческой научной работы на предыдущих курсах обучения, а также с учетом научных интересов, выявленных обучающимся за этот период.

Тему выпускной квалификационной работы определяет выпускающая кафедра. Тематика ВКР должна быть актуальной, соответствовать современному состоянию и перспективам развития науки и техники. Ориентировочная тематика ВКР приведена в **Приложении А**.

Тематика ВКР ежегодно обновляется кафедрой маркетинга и торгового дела, в соответствии с требованиями ОПОП ВО Магистратура, согласно утвержденной программы, изученными нормативными и выборочными дисциплинами, отражает актуальную проблематику современного маркетинга.

Важно, чтобы тема выпускной квалификационной работы была актуальна для того учреждения, на материалах которого будут проведены исследования, учитывала научные интересы обучающегося и накопленные им теоретические знания.

Обучающемуся предоставляется право самостоятельно выбрать тему выпускной квалификационной работы согласно тематике, утвержденной кафедрой. Кроме того, выпускная квалификационная работа может выполняться по тематике, которую заказывают государственные учреждения, предприятия и предпринимательские структуры, заключившие с университетом контракты на обучение обучающихся или имеют с ним договора сотрудничества и содружества. Обучающийся по согласованию с научным руководителем, может предложить свою тему исследования в условиях соответствующего обоснования целесообразности ее разработки (согласно предварительной собственной научно-исследовательской работы, к месту работы, возможностей получения необходимой информации). Темы ВКР могут предлагаться различными учреждениями. В этом случае учреждение должно предоставить кафедре письменный заказ на выполнение определенной темы ВКР (**Приложение Е**).

Вместе с выбором темы выпускной квалификационной работы определяют предприятие, на примере которого она должна быть выполнена. Это предприятие должно быть любой формы собственности, быть юридическим лицом и иметь самостоятельную отчетность. Его деятельность должна создавать возможность информационного обеспечения исследования по выбранной теме работы. Кроме того, в выпускной квалификационной работе необходимо осуществить определенные исследования и на нескольких других предприятиях. Цели и задачи этих исследований определяет научный руководитель выпускной квалификационной работы.

Если нет предложений обучающегося по выбору предприятия, то кафедра маркетинга и торгового дела назначает предприятие или учреждение, с которым университет имеет соответствующее соглашение.

Выполнение исследований может осуществляться по заказу руководства объекта исследования. Этот заказ оформляется соответствующим письмом.

После окончательного согласования с научным руководителем и редактирования выбранной темы выпускной квалификационной работы с указанием объектов исследования и предприятия, на примере которых они будут выполняться, работы рассматриваются и обсуждаются на заседании кафедры маркетинга и торгового дела. Заведующий кафедрой маркетинга готовит проект приложения к приказу об утверждении тем магистерских работ и подает его декану.

Темы выпускной квалификационной работы и научные руководители утверждаются приказом с подписью первого проректора. Все дальнейшие изменения темы выпускной квалификационной работы, в случае необходимости, аргументируются письменно (заявление магистранта), согласуются с научным руководителем и заведующим кафедрой (виза на заявлении) и требуют изменения в приказе по письменному ходатайству кафедры маркетинга и торгового дела (выписка из протокола заседания кафедры).

Перед началом стажировки каждый магистрант заполняет специальный бланк-задачи, в котором указываются тема и план работы, цель и задачи исследования, график выполнения работы, а также срок подачи готовой работы на кафедру. Задания по выпускной квалификационной работе подписывают научный руководитель и магистрант, утверждает заведующий кафедрой маркетинга и торгового дела.

Нарушение обучающимся календарного плана выполнения выпускной квалификационной работы фиксируется научным руководителем, который информирует заведующего кафедрой маркетинга и торгового дела.

5. ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Выпускная квалификационная работа выполняться обучающимся в полном соответствии с заданием, которое утверждается заведующим кафедрой маркетинга и торгового дела. В случаях отставания от графика, обучающийся обязан предоставить письменное объяснение заведующему кафедрой.

На период выполнения ВКР на кафедре маркетинга составляется график консультаций научных руководителей, согласно которому обеспечивается систематическое сотрудничество обучающегося и научного руководителя ВКР. Оперативное и внимательное выполнение рекомендаций научного руководителя способствует своевременному написанию и успешной защите выпускной квалификационной работы.

Закрепление за обучающимся темы выпускной квалификационной работы осуществляется по личному заявлению (**приложение Ж**) не позднее чем за 1 год до окончания учебы. Тематика, научные руководители и научные консультанты выпускных квалификационных работ утверждаются приказом ректора.

В соответствии с темой выпускной квалификационной работы научный руководитель совместно с научным консультантом выдают обучающемуся задания установленной формы (**Приложение И**).

Задание утверждается заведующим выпускающей кафедры.

Руководитель и научные консультанты выпускной квалификационной работы:

- рекомендуют обучающемуся необходимую основную и дополнительную литературу, справочные и другие источники по теме;
- помогают в организации выполнения экспериментальных исследований по теме;
- проводят систематические консультации;
- проверяют соблюдение графика выполнения ВКР.

Исследования по выпускной квалификационной работе осуществляются в аудиториях выпускающей кафедры (с предоставлением обучающемуся соответствующего рабочего места), а также в учреждениях, по материалам которых выполняется работа.

Конечный вариант выпускной квалификационной работы, подписанный обучающимся и научными консультантами, подается научному руководителю. После одобрения работы научный руководитель подписывает ее и вместе с письменным отзывом представляет заведующему кафедрой. В отзыве дается характеристика выполненной работы и рекомендация к ее защите.

Заведующий кафедрой на основании этих документов решает вопрос о допуске обучающегося к защите, делая соответствующую запись в выпускной квалификационной работе.

В случае, если заведующий кафедрой не считает возможным допустить обучающегося к защите, этот вопрос рассматривается на заседании кафедры. Протокол заседания кафедры подается через декана факультета на утверждение ректору университета.

Выпускная квалификационная работа, допущенная кафедрой к защите, передается заведующим кафедрой или деканом на внешнее рецензирование.

Состав рецензентов утверждается деканом факультета по представлению выпускающей кафедры из числа специалистов отрасли и научных учреждений.

Внешняя рецензия, предоставляемой на выпускную квалификационную работу в письменном виде, должна содержать:

- выводы об актуальности и практической значимости, выполненной выпускной квалификационной работы;
- характеристику соответствия содержания работы заданию на ее выполнение, полноты раскрытия темы выпускной квалификационной работы;

• выводы по использованию в работе современных методов и методологических исследований;

• оценку конкретных предложений, рекомендаций по работе с использованием полученных результатов;

• оценку выпускной квалификационной работы по ее оформлению, стилю и грамотности изложения материала и т.д.;

• вывод о соответствии выпускной квалификационной работы требованиям, предъявляемым к таким работам, о возможности допущения ее к защите.

Внешняя рецензия должна быть подписана рецензентом с указанием фамилии, имени и отчества, места работы и должности, которую он занимает.

Декан факультета знакомит с рецензией заведующего выпускающей кафедры, магистранта и передает выпускную квалификационную работу с рецензией в Государственную аттестационную комиссию (ГАК) для защиты.

6. ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Содержание выпускной квалификационной работы определяется ее темой и отражается в задании, которое утверждает научный руководитель. Согласно предполагаемой тематики, обучающийся самостоятельно или по рекомендации научного руководителя определяет литературные источники (книги, брошюры, статьи и др.), соответствующие нормативные документы и составляет проект плана, который обсуждает с руководителем.

Рекомендуемый объем ВКР (без списка использованных источников и приложений) должен составлять для обучающихся по программам магистратуры – 80-100 страниц печатного текста.

ВКР обучающихся проходят обязательную проверку на наличие заимствований (плагиата) из общедоступных сетевых источников. Итоговая оценка оригинальности текста ВКР устанавливается на уровне не менее 70 процентов – для обучающихся по программам магистратуры.

Выпускная квалификационная работа должна включать в себя такие структурные элементы:

1. титульный лист **(Приложение Б)**;
2. задание на выпускную квалификационную работу;
3. реферат;
4. содержание **(Приложение В)**;
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 (при наличии).

Выпускной квалификационной работе предшествует работа с аннотациями (**Приложение Г**) на русском и английском языках (краткое содержание работы общим объемом не более 150 слов).

Введение

Главной задачей введения выпускной квалификационной работы является обоснование актуальности и практической значимости выбранной темы работы, особенностей постановки и решения вопросов, относительно конкретных условий исследования. Введение должно быть кратким (до 5 страниц) и иметь следующую структуру:

Актуальность темы (обосновывают путем критического анализа и сравнения с известными решениями научной проблемы).

Цель и задачи исследования. Формулируют цели и задачи, которые необходимо решить для достижения поставленной цели. Не следует формулировать цель как «Исследование ...», «Изучение ...», так как эти слова указывают на средство достижения цели, а не на саму цель.

Объект исследования – процесс, который создал проблемную ситуацию, выбранную для изучения.

Предмет исследования содержится в пределах его объекта.

Объект и предмет исследования как категории научного процесса соотносятся между собой как общее и частное. В объекте выделяется та его часть, которая является предметом исследования. Именно на него направлено основное внимание, поскольку предмет исследования определяет тему выпускной квалификационной работы.

Во введении необходимо указать полное юридическое название каждого предприятия, на примере которого выполнена выпускная квалификационная работа; организационно-правовую форму; отраслевую принадлежность; когда и кем основано предприятие и его местонахождение.

Источники информации. Указывают основные источники информации, которые были использованы в работе.

Методы исследования. Указывают основные методы исследования, которые были использованы в работе для достижения ее цели. Перечислять их надо коротко и содержательно определяя, что именно исследовалось тем или иным методом. Это позволит убедиться в логичности и приемлемости выбора именно этих методов.

Научная новизна полученных результатов. Подают короткую аннотацию новых научных положений, предложенных обучающимся лично. Необходимо показать отличие полученных результатов от известных ранее, описать степень новизны (впервые - получено, усовершенствовано, получило дальнейшее развитие).

Практическое значение полученных результатов. Подают сведения о практическом применении полученных результатов или рекомендации по их использованию. Отмечая ценность полученных результатов, необходимо

подать информацию о степени готовности их к использованию или масштабов использования.

Апробация результатов выпускной квалификационной работы. Указываются конференции, на которых были освещены результаты исследований.

Публикации. Указывают, в скольких монографиях, статьях в научных журналах, сборниках научных трудов, материалах и тезисах конференций опубликованы результаты выпускной квалификационной работы.

Основная часть

Основная часть выпускной квалификационной работы состоит из четырех разделов и подразделов. Каждый раздел начинают с новой страницы.

Первый раздел, теоретический. В разделе обосновывается теоретическая база выбранной проблемы, осуществляется обзор литературных источников, новых разработок, опубликованных статистических данных со ссылкой на источники, другой информации, связанной с темой. На основе изучения научной, учебно-методической литературы (в том числе и иностранной), раскрываются подходы разных авторов к решению проблемы, выявляются сходства и отличия их взглядов, а также обосновываются свои собственные взгляды на проблему.

Теоретическое обоснование, суть, значение, классификационные характеристики, история и современные тенденции предмета исследования, методические подходы должны иметь определенные элементы научной новизны, утвержденную собственную позицию относительно выбранных методов исследования, что позволяет перейти в следующем разделе к конкретному аналитическому исследованию.

Объем первого раздела не должен превышать 25% общего объема выпускной квалификационной работы.

Второй раздел, аналитико-исследовательский. Обеспечивая логическую последовательность исследования, он должен стать переходным к третьему разделу и совместить приобретенные теоретические знания и умение использовать выбранные методы и определенный методический инструментарий.

В выпускной квалификационной работе по сравнению с дипломной работой осуществляют более глубокий анализ объекта и предмета исследования.

В первом подразделе второго раздела анализируют конкурентную среду предприятия, на примере которого выполнено выпускную квалификационную работу.

Во втором подразделе второго раздела характеризует современное состояние исследуемой темы на предприятии, на примере которого выполняется выпускная квалификационная работа, и на аналогичном предприятии-конкурентов. Осуществляется диагностирование деятельности предприятия относительно выбранного исследования, основательный анализ

маркетинговой проблемы с использованием накопленного фактического материала и с привлечением необходимых теоретических знаний, анализ методического инструментария, который используется на предприятии для обоснования соответствующих стратегических и тактических маркетинговых решений.

В третьем разделе второй главы исследуется эффективность соответствующей маркетинговой деятельности предприятия.

Все аналитические расчеты, таблицы, графики, диаграммы должны сопровождаться толкованием и выводами, которые позволяют определить сущность маркетинговых наблюдаемых на предприятии, их особенности, тенденции и должны создать базу для выявления неиспользованных резервов.

Анализ проблемы целесообразно осуществлять с учетом факторов позитивного и негативного действия. Если возможно, текст следует иллюстрировать реальными документами, которые относятся к приложениям и которые обязательно сопровождаются кратким комментарием.

Для выполнения второго раздела обучающийся должен собрать фактические данные за период стажировки. Источником информации являются плановые и фактические показатели хозяйственной деятельности предприятия, статистическая, бухгалтерская и управленческая отчетность, приказы, распоряжения, результаты наблюдений, опросов, которые использует обучающийся во время стажировки.

Особое значение имеет правильное обобщение накопленного фактического материала, группировка и обработка данных, на основе которых производится квалифицированный анализ и обосновываются предложения.

Объем второго раздела в пределах 30-35% общего объема выпускной квалификационной работы.

Третий раздел, проектно-рекомендательный. Его задачей является разработка конкретных рекомендаций, предложений, моделей управления параметрами развития и деятельности предприятия (маркетинговая политика, маркетинговая стратегия, методики обоснования конкретных маркетинговых решений) на базе основных теоретических положений, методических подходов, методического инструментария, изложенные в первом разделе, а также проведенного во втором разделе исследования.

В расчетах для обоснования предложений необходимо использовать ПЭВМ. Подробно характеризуется программное обеспечение для обработки информации и качественных расчетов согласно целям и задачам исследования. При использовании стандартного прикладного программного обеспечения раскрываются особенности и условия его применения, особенности подготовки входных данных и интерпретации выходных результатов и т.п.

В случае разработки авторского программного обеспечения подается его общая концепция, информационное и методическое обеспечение, использование программного обеспечения. В соответствующем параграфе (третий раздел) следует отметить:

• поставленную задачу;

• программу, по которой он будет решаться;

• базу данных (желательно в приложении привести реальные документы, которые являются источниками первичной информации - баланс, другие формы отчетности);

• формулы расчетов;

• блок-схемы алгоритма решения задачи;

• результаты - в форме итоговой таблицы, диаграмм, графиков;

• аналитическое описание результата.

Объем третьей главы может составлять до 30% общего объема ВКР.

Четвертый раздел «Гражданская оборона» выполняется под руководством преподавателя-консультанта кафедры «Естествознания и БЖД». Ориентировочная тематика рассматриваемых направлений и вопросов приведена в **Приложении М**.

Задание на выполнение раздела «Гражданская оборона» дипломник получает у консультанта после окончательного согласования с руководителем специальной части выпускной квалификационной работы, подтверждая содержание раздела своей подписью на бланке задания.

Без подписи консультанта по разделу выпускная квалификационная работа к защите не допускается.

Разрабатываемый раздел должен состоять из следующих частей:

1. Идентификация негативных факторов возможных чрезвычайных ситуаций. В которую входит:

- место нахождения предприятия (адрес), на котором магистрант проходил преддипломную практику или предприятие, учреждение, организация, которому посвящена выпускная квалификационная работа;
- род деятельности предприятия (краткая характеристика);
- штатный состав и максимально возможное единовременное количество посетителей;
- структура системы ГО на предприятии.
- наличие потенциально опасных объектов, в пределах достижения поражающего действия их вредных и опасных факторов, а также перечисление самих поражающих факторов от этих объектов;
- вероятность ударного действия поражающих факторов конвенциональных средств вооружения.

2. Расчётная часть (варианты заданий для расчёта выдаёт консультант) и защитные мероприятия на объекте в рамках требований ГО.

3. Выводы по разделу. В зависимости от структуры выпускной квалификационной работы данная часть может приводиться не как отдельная составляющая, а объединяться со вторым пунктом раздела или выноситься в общие выводы всей выпускной квалификационной работы.

Выводы и предложения, которые подаются в отдельном разделе выпускной квалификационной работы является кратким изложением итогов проведенного исследования и включают:

– наиболее важные теоретические положения, содержащие формулировки решенной проблемы;

– оценку результатов исследования с точки зрения соответствия цели выпускной квалификационной работы и поставленным во введении задачам;

– определение элементов научной новизны;

– предложения по совершенствованию исследуемого направления деятельности организации, которые были подробно обосновано в разделе 3.

Объем выводов и предложений должен быть не менее 5 страниц.

7. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

1. Общие требования к оформлению работы

Выпускная квалификационная работа печатается с использованием компьютера и принтера на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210×297 мм.) и должна иметь **объем 80-100 страниц** рукописного текста. Допускается представлять таблицы и иллюстрации приложения на листе формата А3 (297×420 мм).

Набор текста осуществляется с использованием текстового редактора MicrosoftWord. Текст работы печатается шрифтом TimesNewRoman 14 пт, межстрочный интервал - 1,5. Размеры полей: левое – 3 см, правое – 1,5 см, верхнее и нижнее – 2 см; 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.

Шрифт печати прямой, черного цвета, одинаковый по всей работе. Разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания, применяя разное начертание шрифта: курсивное, полужирное, курсивное полужирное, выделение с помощью рамок, разрядки, подчеркивания и др.

Опечатки и графические неточности, обнаруженные в тексте, допускается исправлять подчисткой или закрашиванием белой краской и нанесением на том же месте исправленного текста черной капиллярной ручкой.

Выпускная квалификационная работа сшивается в порядке, обозначенном в структуре, и брошюруется в твердую обложку.

Язык работы - русский, стиль - научный, четкий, без орфографических и синтаксических ошибок, последовательность - логическая.

Прямое переписывание в работе материалов из литературных источников недопустимо.

График выполнения выпускной квалификационной работы и подготовки ее к защите приведен в **Приложении Д**.

Завершенную и оформленную надлежащим образом выпускную квалификационную работу обязательно подписывает автор на титульной странице.

Распечатанные на ЭВМ программные документы должны включаться в общую нумерацию страниц выпускной квалификационной работы и размещаться, как правило, в приложениях.

Титульная страница содержит наименование высшего учебного заведения; фамилия, имя и отчество и другие сведения об авторе; тему выпускной квалификационной работы со ссылкой на предприятие, на примере которого она выполнена; фамилия, звание и должность научного руководителя; город и год (**Приложение Б**).

Содержание, наименование и номера начальных страниц всех разделов и подразделов работы. Содержание должно включать все заголовки, которые с в работе, начиная со вступления и заканчивая приложениями (**Приложение В**).

Текст основной части работы делится на разделы и подразделы согласно плану, утвержденному в задании на выполнение выпускной квалификационной работы.

Заголовки структурных частей выпускной квалификационной работы: «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «РАЗДЕЛ», «ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ», «ПРИЛОЖЕНИЯ», - печатаются большими буквами симметрично к тексту. Заголовки подразделов печатаются строчными буквами (кроме первой прописной) с абзаца. Точка в конце заголовка не ставится. Подчеркивание заголовка не допускается.

Расстояние между заголовком (за исключением заголовка пункта) и текстом должно быть равно двум интервалам в основном тексте.

Каждую структурную часть работы следует начинать с нового листа (страницы). Данное требование не распространяется на разделы и подразделы.

2. Нумерация

Нумерацию страниц, разделов, подразделов, пунктов, подпунктов, рисунков, таблиц, формул подают арабскими цифрами без знака №. Номер страницы проставляется в правом верхнем углу страницы без точки в конце.

Первой страницей работы является *титульный лист*. Титульный лист, задание на выполнение ВКР (план подготовки выпускной квалификационной работы) не нумеруются, но включаются в общую нумерацию страниц работы.

Номер *раздела* ставится после слова «РАЗДЕЛ» без точки. Заголовок главы печатают с новой строки, следующей за номером главы.

Разделы нумеруются в пределах каждой главы. Номер раздела состоит из номера главы и порядкового номера раздела, разделенных точкой. Например: 1.2 (второй раздел первой главы).

Подразделы нумеруются в пределах каждого раздела. Номер подраздела состоит из порядковых номеров главы, раздела и подраздела, разделенных точкой. Например: 1.2.3 (третий подраздел второго раздела первой главы).

Заголовки разделов, подразделов, пунктов приводят после их номеров через пробел.

В конце нумерации разделов, подразделов, пунктов, а также их заголовков точку не ставят. Например: «2.3 Основные направления совершенствования маркетинговой деятельности предприятия».

3. Иллюстрации

Каждая иллюстрация должна отвечать тексту, а текст - иллюстрации.

Названия иллюстраций размещают после их номеров. При необходимости иллюстрации дополняют объяснительными данными (подрисуночный текст).

Подпись под иллюстрацией обычно имеет четыре основных элемента:

• наименование графического сюжета, который обозначается сокращенным словом «Рисунок»;

• порядковый номер иллюстрации, который указывается без знака «№» арабскими цифрами;

• тематический заголовок иллюстрации, содержащий текст с краткой характеристикой изображенного;

• экспликацию (объяснение), которая строится так: детали сюжета обозначают цифрами, выносят в подпись, сопровождая их текстом. Экспликация не меняет общего наименования сюжета, а лишь объясняет его.

Например:



Подрисуночный текст

Рисунок 3.1 – Наименование диаграммы (иллюстрации)

Основными видами иллюстративного материала есть: чертежи, технический рисунок, схема, фотография, диаграмма и график.

4. Таблицы

Цифровой материал, как правило, подается в виде таблиц.

Пример построения таблицы:

Таблица (номер) – Заголовок таблицы

Шапка					*Заголовки граф*
					Подзаголовки граф
					Строки (горизонтальные ряды)
Боковик (графы для заголовков строк)	*Графы (колонки)*				

Заголовки граф должны начинаться с прописных букв, подзаголовки – со

строчных, если они составляют одно предложение с заголовком, и с прописных, если они самостоятельные. Заголовки и подзаголовки пишутся, как правило, параллельно строкам. При необходимости допускается располагать их параллельно графам таблицы.

Допускается нумеровать графы арабскими цифрами, если необходимо давать ссылки на них по тексту.

Графа «№ п/п» в таблицу не включается. При необходимости порядковые номера включенных в таблицу показателей указываются в боковике таблицы непосредственно перед их наименованием.

Деление головки таблицы по диагонали не допускается. Высота строк в таблице должна обеспечивать четкое воспроизведение включенной в нее информации.

Допускается применять в таблице шрифт на 1–2 пункта меньший, чем в тексте выпускной квалификационной работы.

Таблицы нумеруются последовательно (за исключением таблиц, приведенных в приложении) в пределах главы. Номер таблицы должен состоять из номера главы и порядкового номера таблицы, разделенных точкой, например: «Таблица 1.2» (вторая таблица первой главы).

Если в работе одна таблица, ее не нумеруют и слово «Таблица» не пишут.

Таблица размещается после первого упоминания о ней в тексте таким образом, чтобы ее можно было читать без поворота работы или с поворотом по часовой стрелке.

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другой лист. При переносе части таблицы на другой лист (страницу) слово «Таблица», ее номер и название указываются один раз слева над первой частью таблицы, над другими частями пишут слово «Продолжение» в верхнем правом углу листа (страницы). Если в работе несколько таблиц, то после слова «Продолжение» указывается номер таблицы, например: «Продолжение таблицы 1.2». В случае прерывания таблицы и переноса ее части на следующую страницу в конце первой части таблицы нижняя, ограничивающая ее черта, не проводится.

Таблицу с большим количеством граф допускается делить на части и помещать одну часть под другой в пределах одной страницы, повторяя в каждой части таблицы боковик. Заголовок помещают над первой частью таблицы, над остальными пишут «Продолжение таблицы» или «Окончание таблицы» с указанием ее номера. Если строки или графы таблицы выходят за формат страницы, то в первом случае в каждой части таблицы повторяется ее головка, во втором случае – боковик.

Таблицу с небольшим количеством граф допускается делить на части и помещать одну часть рядом с другой на одной странице, отделяя их друг от друга двойной линией и повторяя в каждой части головку таблицы. При большом размере головки допускается не повторять ее во второй и последующих частях, заменяя ее соответствующими номерами граф. При этом графы нумеруются арабскими цифрами.

Если повторяющийся в разных строках графы таблицы текст состоит из одного слова, его после первого написания допускается заменять кавычками; если из двух или более слов, то при первом повторении его заменяется словами «То же», а далее – кавычками. Ставить кавычки вместо повторяющихся цифр, марок, знаков, математических и иных символов не допускается. Если цифровые или иные данные в какой-либо строке таблицы не приводятся, то в ней ставится прочерк.

5. Формулы и уравнения

При использовании формул и уравнений следует придерживаться определенных правил.

Уравнения и формулы следует выделять из текста свободными строками. Выше и ниже каждой формулы должно быть оставлено не менее одной свободной строки. Если уравнение не умещается в одну строку, оно должно быть перенесено после того или иного операционного знака (равенства, плюс, минус, умножения, деления), который повторяется в начале следующей строки.

Нумеруют формулы (если их более одной) в пределах главы. Номер формулы состоит из номера главы и порядкового номера формулы в разделе, разделенных точкой. Номера формул пишутся в круглых скобках у правого поля листа на уровне формулы, например: «3.1» (первая формула третьего раздела).

Пояснение значений символов и числовых коэффициентов необходимо приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в какой они даны в формуле, и тем же шрифтом, а значение каждого символа и числового коэффициента давать с новой строки. Первую строку пояснения следует начинать со слова «где» без двоеточия.

Пример оформления в тексте выпускной квалификационной работы второй формулы первого раздела:

Рентабельность продукции (P) определяется по формуле

$$P = \frac{П}{C} \times 100 \ , \qquad (1.2)$$

где $П$ – прибыль от реализации продукции, руб.;

C – себестоимость реализованной продукции, руб.

Ссылки на формулы по тексту дают в скобках.

6. Ссылки на использованные источники и цитирование

В выпускной квалификационной работе автор должен давать ссылки[1] на используемые источники, сведения и материалы.

[1] Ссылка – это словесное или цифровое указание внутри работы, адресующее читателя к другой работе (библиографическая ссылка) или к фрагменту текста (внутритекстовая ссылка).

Ссылки в тексте на источники следует указывать порядковым номером по списку использованных источников и выделять двумя квадратными скобками, например: «... в работах [1-7] ...».

Цитаты надо передавать точно с сохранением всех особенностей первоисточника. Например, цитата в тексте: «... более 50% готовой продукции предприятие экспортирует в разные страны мира [2]».

7. Перечень условных обозначений, терминов, сокращений, символов, единиц и т.д.

Перечень условных обозначений (терминов, сокращений, символов и т.д.) должен состоять из двух колонок: слева в алфавитном порядке приводятся, например, сокращение, а справа - их детальная расшифровка.

8. Список использованных источников

Список использованных источников - элемент библиографического аппарата, который содержит библиографические описания использованных источников и размещается после выводов.

Источники следует располагать либо в порядке появления ссылок в тексте работы, либо в алфавитном порядке фамилий первых авторов и (или) заглавий. Во втором случае при использовании в научной работе законодательных и иных нормативных правовых актов они размещаются в начале списка с соблюдением иерархии и алфавитного порядка по названию.

Сведения об источниках печатают с абзацного отступа. В списке использованных источников после номера ставят точку.

Пример оформления списка использованных источников дан в **Приложении У**.

9. Приложения

Приложения оформляют как продолжение работы на последующих страницах, располагая их в порядке появления ссылок в тексте. В правом верхнем углу над заголовком должно быть напечатано слово «Приложение». Если приложений более одного, их следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерации.

В приложения могут быть вынесены копии подлинных документов, отдельные пункты из приказов, инструкций, статистические данные, полная информация об ассортиментном перечне и т.д.

Приложение должно иметь заголовок, напечатанный вверху строчными буквами с первой большой, симметрично относительно текста страницы. Посередине строки над заголовком строчными буквами (с первой большой) печатается слово «Приложение __» и большая буква, обозначающая это приложение.

Приложения следует обозначать последовательно большими буквами русского алфавита, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ь, Ы, Ъ например:

«Приложение А», «Приложение Б» и т.д. Одно приложение обозначается как Приложение А.

Приложения должны иметь общую сквозную нумерацию страниц.

Если необходимо, текст каждого приложения может делиться на разделы и подразделы, которые нумеруются в пределах каждого приложения. В этом случае перед каждым номером ставится обозначение приложения (буква) и точка, например: «Приложение А.2» - второй раздел приложения А; «Приложение В.3.1» - первое подразделение третьего раздела приложения В.

Иллюстрации, таблицы и формулы, размещенные в приложениях, нумеруются в пределах каждого приложения, например: «Рис. Д.1.2.» - Второй рисунок первого раздела приложения Д; формула (А.1) - первая формула приложения А.

8. ПРОГРАММНЫЕ ПРОДУКТЫ, КОТОРЫЕ РЕКОМЕНДУЕТСЯ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ПРИ ОН-ЛАЙН ИССЛЕДОВАНИЯХ В ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ

При написании выпускной квалификационной работы магистрант должен пользоваться различными программными продуктами.

SPSS - это модульный, полностью интегрированный, обладающий всеми необходимыми возможностями программный продукт, предназначенный для всех этапов аналитического процесса: планирования, сбора данных, доступа к данным и управления данными, анализа, создания отчетов и распространение результатов.

SPSS для Windows - это одно из лучших решений, позволяет решать проблемы бизнеса и исследовательские задачи, используя статистические методы. Данный программный продукт обеспечивает работу на всех этапах аналитического процесса и позволяет получать результаты, которые невозможно получить с помощью электронных таблиц и систем управления базами данных. С помощью мощных статистических процедур SPSS можно быстро получать информацию для принятия решений, наглядно представлять результаты в виде высококачественных таблиц и диаграмм, а также распространять результаты, в том числе и в Интернете. Все это дает возможность, находя ключевые факты, взаимосвязи и тенденции, своевременно принимать оптимальные маркетинговые решения.

Основным достоинством программного комплекса SPSS, как одного из существенных достижений в области компьютеризированного анализа данных, является самый широкий охват существующих статистических методов, который удачно сочетается с большим количеством удобных средств визуализации результатов обработки.

Система может быть полезной для:

• планирования и осуществления комплексной обработки результатов проведенных маркетинговых исследований;

• обработки полученной информации с использованием современных и мощных статистических методов (частотный, регрессионный, кластерный, факторный и многие другие виды анализа);

• определения мотивов покупателей, степени их взаимосвязи и влияния на покупательское поведение;

• оценки и прогноза поведения потребителей;

• определения различий между сегментами потребителей;

• оценки и прогноза спроса на товары.

MarketingExpert - это система поддержки принятия решений на всех этапах разработки стратегического и тактического планов маркетинга и контроля за их реализацией. Система помогает оценить реальное положение компании на рынке, провести сравнительный анализ ее сбытовой деятельности с конкурентами, сформировать оптимальную структуру сбыта, определить доходность различных сегментов рынка и товаров, долю рынка компании и темпы ее роста.

Программа предназначена для решения двух основных задач:

1. Проведение аудита маркетинга: оценка реального положения компании на рынке, сравнение с конкурентами, выявление сильных и слабых сторон сбытовой структуры, а также ценовой политики.

2. Планирование маркетинга: выработка оптимальной стратегии и тактики компании на рынке с использованием известных аналогичных методик (GAP-анализ, сегментный анализ, Portfolio-анализ, матрица Ансофа и т. Д.). Выбор цели и разработка путей их достижения, рассматривая известные стратегии (продуктивности, экстенсивного развития, интенсивного развития).

Программа позволяет просматривать результаты в табличном или графическом виде, распечатывать их непосредственно или экспортировать данные для дальнейшего редактирования в MicrosoftWord.

Система может быть полезной для:

• выбора целевого сегмента рынка, указывая товары (товарные группы), территории и потребителей (объекты моделирования и анализа);

• моделирования территориально-сбытовой структуры, устанавливая связи между товарами, потребителями, каналами сбыта в привязке к отдельным территориям;

• построения ценовой политики, распределяя возмещения расходов предприятия на товары, потребителей, территории в соответствии с вашей структуры сбыта;

• оценка конкурентоспособности выпускаемых товаров;

• анализа ассортимента выпускаемой продукции на основе матрической модели и методов многокритериального сравнительного анализа;

• оценки риска, связанного с реализацией стратегии.

«КАСАТКА»

Основная концепция программы заключается в выделении основных элементов планирования и организации различных видов деятельностью, разработке их отдельно и возведении составных частей в единое целое.

Виды деятельности и проблемы, которые помогает решать программный продукт «Касатка»:

• разработка и оптимизация маркетинговой стратегии;

• анализ и прогноз деятельности компании в области сбыта и маркетингу;

• оценка рыночных рисков, конъюнктура рынка;

• комплексное исследование рынка: емкость рынка, структура спроса, конкурентная среда;

• разработка рекомендаций по формированию маркетинга;

• оценка потребительских свойств товара, сегментация потребителей, анализ потребительских предпочтений, позиционирование товаров;

• разработка ассортиментной и ценовой политики.

• оптимизация политики в сфере закупок;

• оценка результатов существующих сбытовых сетей;

• разработка и формирование оптимальной структуры сбытовой сети;

• определение основных направлений инвестиционной политики;

• разработка и поддержка инвестиционных проектов;

• анализ новых рынков, в том числе международных;

• разработка корпоративной стратегии выхода на новые рынки, концепции внешнеэкономической деятельности;

• планирование экспорта и разработка экспортных программ;

• анализ финансового положения предприятия, денежных потоков, дебиторской и кредиторской задолженности, имеющихся финансовых инструментов;

• разработка системы управления финансами, документов и методов финансового планирования и контроля;

• разработка и проведение изменений организационной структуры соответствии с корпоративной стратегии;

• оценка структуры и системы управления;

• выявление проблем в управлении;

• анализ и оптимизация степени централизации управления и регламентации функций подразделений;

• совершенствование организационной структуры и систем управления;

• формализация процедур принятия решений;

• обучение и переподготовка по вопросам маркетинга и менеджмента;

• разработка и внедрение системы мотивации;

• постановка работы кадровой службы;

• внедрение технологий управления персоналом.

«БЭСТ-маркетинг». Программная система «БЭСТ-маркетинг» является удобным и эффективным инструментарием, позволяющим оценить рыночные позиции предприятия в условиях конкуренции. Ввод информации осуществляется в виде природных самоочевидных оценок по принципу «хуже/лучше», «важно/второстепенно».

Вводимые качественные данные, превращаются в количественные, что позволяет проводить соответствующие расчеты. В числе методик, на которых

базируется «БЭСТ-маркетинг» - SWOT-анализ и модель Розенберга, метод 4Р, матрица Ансоффа.

Возможности системы «БЭСТ-маркетинг».

В области анализа рынка:

• определение перспективных рыночных ниш;
• анализ конкурентоспособности товара;
• анализ рекламы, рекомендации по повышению ее эффективности;
• рекомендации по стимулированию продаж.

В области анализа конкурентов:

• степень присутствия конкурентов на рынке;
• сравнительный анализ по товару;
• сравнительный анализ рекламных кампаний.

В области финансового планирования маркетинговой деятельности:

• прогноз продаж;
• бюджет рекламы;
• сводный бюджет;
• подготовка бюджета затрат по продвижению продукции;
• контроль за его выполнением.

MarketingAnalytic. Программный комплекс MarketingAnalytic является полнофункциональной системой, предназначенной для решения задач, возникающих в процессе учета маркетинговой деятельности (включая учет продаж), маркетинговом анализе, включая обработку результатов маркетинговых исследований (внешних и внутренних факторов), а также в процессе разработки стратегического и оперативного планов маркетинга, что приводит к постановке и контролю маркетинговых бюджетов (бюджет продаж и коммерческих расходов).

AllFusionProcessModeler 7 (ранее BPwin) - инструмент для моделирования, анализа, документирования и оптимизации бизнес-процессов. AllFusionProcessModeler 7 можно использовать для графического представления бизнес-процессов. Графически представлена схема выполнения работ, обмена информацией, документооборота визуализирует модель бизнес- процесса. Графический изложение этой информации позволяет перевести задачи управления организацией из области сложного ремесла в сферу инженерных технологий.

AllFusionProcessModeler 7 (BPwin) помогает четко документировать важные аспекты любых бизнес-процессов: действия, которые необходимо предпринять, способы их осуществления и контроля, необходимые для этого ресурсы, а также визуализировать получаемые от этих действий результаты. Эффективен в проектах, связанных с описанием баз предприятий, действующих реорганизацией бизнес-процессов, внедрением корпоративной информационной системы. Продукт позволяет оптимизировать деятельность предприятия и проверить ее на соответствие стандартам ISO 9000,

спроектировать оргструктуру, снизить издержки, исключить ненужные операции и повысить эффективность.

BPwin имеет широкие возможности для представления диаграмм. Графическое представление модели может быть изображено с помощью различных цветов, шрифтов и других параметров представления, которые выделяют важные или незначительные аспекты модели.Одним из важнейших средств BPwin является генератор отчетов.

Генератором отчетов RPTwin является автономный продукт, который поставляется с некоторыми продуктами LogicWorks, и позволяет генерировать подробные и многогранные отчеты по модели. Вместе с BPwin устанавливается набор стандартных отчетов, которые позволяют осветить модель с разных сторон. Отчеты обычно сопровождают окончательный вариант модели бизнес-процессов, созданной с помощью BPwin, и содержат информацию, размещение которой на модели сделало бы ее трудной для восприятия.

CRM-система «ПАРУС» - Менеджмент и Маркетинг». Это инструмент автоматизации CRM-стратегии, объединяющий в единое информационное пространство взаимосвязаны бизнес-процессы основных подразделений компании по работе с клиентами (продажи, маркетинг, обслуживание).

«Менеджмент и Маркетинг» является простым многофункциональным CRM-решением и является самостоятельным модулем в составе комплексной системы автоматизации малым и средним бизнесом «ПАРУС - Предприятие 7.40». Это позволяет в комплексе с дополнительными модулями решать управленческие задачи: бухгалтерского и налогового учета, реализации товаров и услуг, учета складских запасов, начисления заработной платы, кадрового учета и рекрутинга.

Система предоставляется как коробочная документация для самостоятельного освоения или в виде комплекса услуг по проектной автоматизации. Продукт ориентирован на компании, которые работают в сфере предоставления услуг, торговли, производства и сервисного обслуживания. Простота и гибкость настройки интерфейса позволяют применять CRM- систему в различных отраслях бизнеса, а также адаптировать ее под требования Заказчика без дополнительного программирования.

Базовая конфигурация позволяет автоматизировать задачи:

- ведение единой структурированной базы клиентов, потенциальных клиентов, партнеров и других контрагентов
- ведение истории взаимоотношений с контрагентами;
- учета договорных отношений;
- обслуживание и поддержка клиентов;
- учета клубных и бонусных систем;
- планирования и учета продаж (воронка продаж);
- учета заявок от клиентов и их поэтапное выполнение;
- учета маркетинговых мероприятий и акций;
- учета загрузки персонала;
- ведение проектов;

• регистрации и адресного распределения входящих звонков и обращений;

• маркетинговых исследований и опросов;

• формирование отчетности и анализа данных;

• взаимодействия с бухгалтерскими системами, почтовыми клиентами, контакт-центрами, интернет-сайтами, контрольно-пропускными системами офиса (связь с журналом учета рабочего времени сотрудников), офисными АТС и Pocket PC и др.

9. ПОДГОТОВКА К ЗАЩИТЕ И ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Защита выпускной квалификационной работы происходит на открытом заседании ГАК, график работы которой утверждает ректор университета.

К началу защиты выпускной квалификационной работы на заседании ГАК предоставляются следующие документы:

• выписка из приказа ректора университета об утверждении персонального состава ГАК;

• список обучающихся группы, которые допущены к защите ВКР, за подписью декана факультета;

• справка деканата о выполнении обучающимся учебного плана и о полученных им оценки по теоретическим дисциплинам, учебных и производственных практик;

• ВКР обучающегося;

• письменный отзыв руководителя ВКР;

• внешняя рецензия на ВКР;

• другие материалы, характеризующие научную и практическую ценность выполненной ВКР (справки, акты о внедрении предложений обучающегося в практическую деятельность учреждений, опубликованные работы обучающегося по теме ВКР, грамоты и тому подобное).

Для очной формы обучения обязательно к ВКР прилагается **автореферат** – реферат проведенного обучающимся исследования, составленный как самостоятельный документ объемом 7-10 страниц печатного текста.

Автореферат ВКР включает:

- общую характеристику работы, которая должна соответствовать приведенной в ВКР и согласовываться со структурным элементом «Введение»: актуальность, цель и задачи исследования; объект, предмет, научная новизна исследования; методы и методология проведения исследования; практическая значимость полученных результатов; апробация результатов исследования; структура и объем ВКР;

- основное содержание работы (кратко излагается суть ВКР по разделам);

- выводы (приводятся выводы и предложения по ВКР);

- список публикаций по теме ВКР;

- аннотацию работы на русском и английском языках.

Во время подготовки к защите обучающийся должен согласовать со своим научным руководителем доклад по ВКР, а также презентацию или подготовленные наглядные материалы (таблицы, графики, схемы, диаграммы и т.д.).

Доклад должен соответствовать 10-15 минутному выступлению, содержать основные результаты проделанной работы, предложений и рекомендаций, вытекающих из проведенного исследования.

Наглядные материалы должны последовательно иллюстрировать доклад обучающегося и обеспечивать полноту освещения всех положений, которые выносятся на защиту.

После доклада обучающегося председатель ГАК зачитывает внешнюю рецензию на выпускную квалификационную работу. При наличии замечаний рецензента обучающийся должен ответить на них.

При защите выпускной квалификационной работы члены ГАК, присутствующие на защите преподаватели, специалисты могут задавать обучающемуся вопросы по содержанию работы. Ответы обучающегося должны быть конкретными, аргументированными и короткими.

Обучающемуся, который защитил выпускную квалификационную работу, сдал государственные экзамены в соответствии с требованиями образовательной программы высшего профессионального образования «Магистратура», решением государственной аттестационной комиссии присваивается квалификационный уровень, выдается государственный документ об образовании (квалификации).

Обучающемуся, который получил итоговые оценки «отлично» не менее 75 процентов всех учебных дисциплин и индивидуальных заданий, предусмотренных учебным планом, а из других учебных дисциплин и индивидуальных задач - оценки «хорошо», сдал государственные экзамены с оценками «отлично», защитил выпускную квалификационную работу с оценкой «отлично», а также проявил себя в научной (творческой) работе, выдается документ об образовании (квалификации) с отличием.

Обучающийся, который при защите выпускной квалификационной работы получил неудовлетворительную оценку, отчисляется из университета и ему выдается академическая справка.

В случаях, когда защита выпускной квалификационной работы признается неудовлетворительной, ГАК решает, может ли обучающийся предоставить на повторную защиту ту же работу с доработкой, или он обязан разработать новую тему, определенную кафедрой.

Обучающийся, который не защитил выпускную квалификационную работу, допускается к повторной защите работы в течение трех лет после окончания университета.

Если защита выпускной квалификационной работы не состоялась по уважительным причинам, при наличии соответствующих документов ректор университета может продлить срок обучения обучающегося к следующему

сроку работы ГАК по защите выпускной квалификационной работы, но не более чем на один год.

На заседании ГАК составляется протокол, который подписывает председатель и члены ГАК, принимавших участие в заседании.

Отчет ГАК обсуждается на ученом совете университета. Защищенные ВКР выпускающая кафедра сдает в архив университета не позднее чем через 3 дня после завершения работы ГАК, где они хранятся в течение 5 лет.

10. РУКОВОДСТВО ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ И ЕЕ РЕЦЕНЗИРОВАНИЕ

Руководство выпускной квалификационной работы поручают квалифицированным преподавателям (профессорам, доцентам) вуза.

Обязанности научного руководителя ВКР:

• оказывать помощь в выборе темы, разработке плана (содержания) ВКР; подборе литературы, методологии и методов исследования и др.;

• анализировать содержание работы, выводы и результаты исследования;

• определять поэтапные сроки выполнения работы;

• контролировать выполнение ВКР и согласование с консультантами разделов, по которым они были закреплены;

• докладывать на заседании кафедры о выполнении и завершённой работы;

• дать отзыв на работу.

Автор выпускной квалификационной работы должен получить на нее письменный отзыв научного руководителя и рецензию от ведущего специалиста или работника учреждения, где проводился эксперимент или изучался практический опыт.

Отзыв научного руководителя выпускной квалификационной работы пишется (печатается) в двух экземплярах в произвольной форме. В нем определяют:

• актуальность темы;

• степень научного и практического значения труда;

• уровень подготовки магистранта к выполнению профессиональных обязанностей;

• степень самостоятельности в выполнении выпускной квалификационной работы;

• новизну поставленных вопросов и оригинальность их решения;

• умение использовать литературу;

• степень овладения методами исследования;

• полноту и качество разработки темы;

•логичность, последовательность, аргументированность, литературную грамотность изложения материала;

• возможность практического применения выпускной квалификационной

работы или отдельных ее частей;

• вывод о том, в какой мере она соответствует требованиям, которые предъявляются к выпускной квалификационной работе.

Рецензию на выпускную квалификационную работу предоставляет специалист-практик соответствующей квалификации. Она тоже составляется в произвольной форме, может освещать те же вопросы, что и отзыв руководителя (**Приложение К**). Особое внимание в ней следует обратить на следующее:

• актуальность темы;

• умение применять теоретические знания для решения конкретных практических задач;

• наличие в работе личных предложений и рекомендаций, их новизна, перспективность, практическая ценность;

• достоверность результатов и обоснованность выводов магистранта;

• стиль изложения и оформления работы;

• недостатки работы.

Рецензент, как и научный руководитель, оценивает ВКР по четырех балльной системе.

Выпускник должен добавить к выпускной квалификационной работе заверенную печатью рецензию с предприятия, на примере которого эта работа выполнена. Рецензия должна свидетельствовать о достоверности приведенной в работе информации, правдивости фактических данных. Желательно, чтобы в рецензии были подтверждены: актуальность темы для предприятия, самостоятельность исследования, практическая значимость аналитически-исследовательского раздела и возможности и перспективы внедрения предложенных обучающимся рекомендаций.

На законченную выпускную квалификационную работу научный руководитель дает краткий отзыв, в котором оценивает как качество выполнения самой работы, так и работы обучающегося над ней, и делает вывод о возможности допуска выпускной квалификационной работы к защите в ГАК. При наличии положительной рецензии одного из предприятий, на примере которых выполнена выпускная квалификационная работа, она допускается к защите.

Сброшюрованную в твердом переплете рукопись завершенной ВКР, подписанная обучающимся и его научным руководителем, подается обучающимся заведующему кафедрой маркетинга и КД, который принимает решение о допуске к защите работы и оформляет его.

Внешними рецензентами могут быть ведущие специалисты, работающие на предприятиях и в научных учреждениях.

Внешняя рецензия предоставляется в письменном виде и в произвольной форме и должно содержать следующие составляющие:

• выводы об актуальности выбранной темы и практически значимости выполненной выпускной квалификационной работы;

• характеристику полноты раскрытия темы выпускной

квалификационной работы;

• выводы по использованию в работе современных методов исследования, методических подходов к совершенствованию деятельности предприятия в соответствии с направлением темы работы;

• выводы по научной новизны исследования;

•оценку конкретных предложений, рекомендации по совершенствованию маркетинга на предприятии, повышения его эффективности;

• оценку общих впечатлений от работы (оформление ВКР, стиль и изложения материала):

• другие вопросы по усмотрению рецензента;

• вывод рецензента о соответствии качества выполненной выпускной квалификационной работы требованиям, которые относятся к таким работам, о возможности допущения ее к защите и, по желанию, может быть высказаны замечания и мнение об оценке работы по четырех балльной системе: отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно.

Рецензент должен подписаться с указанием своей фамилии, имени и отчества, места работы и должности, которую занимает и заверить подпись печатью. Для подготовки обучающегося для объяснения в связи с возможными замечаниями рецензента ему предоставляется возможность ознакомиться с рецензией до защиты работы на заседании ГАК.

Защита выпускной квалификационной работы проходит на открытом заседании Государственной аттестационной комиссии.

На заседание ГАК к началу защиты выпускной квалификационной работы предоставляются следующие документы:

1. Выписка из приказа об утверждении персонального состава этой комиссии;
2. Список магистрантов, допущенных к защите ВКР за подписью декана факультета;
3. Справка от деканата о выполнении магистрантом учебного плана и о полученных им оценки;
4. Выпускная квалификационная работа обучающегося;
5. Рецензия на ВКР с предприятия, на материалах которого она выполнена;
6. Внешняя рецензия на ВКР.

11. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

По результатам защиты выпускной квалификационной работы выставляется оценка. Критерии оценки ВКР:

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

компьютерных программ или собственных программных продуктов.

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

«Хорошо» (75-79 баллов) – ВКР и ее защита отвечает признакам оценки «хорошо». Выпускник в процессе защиты проявляет широкий профессиональный кругозор, умение логично мыслить. В ответах допускаются неточности, которые не изменяют сущности вопроса.

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

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

«Неудовлетворительно» (36-59 баллов) – 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.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А
Ориентировочная тематика ВКР по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, Магистерская программа Маркетинг и Магистерская программа: Рекламный бизнес
ОПОП ВО «Магистратура»

1. Развитие и перспективы внедрения стратегического маркетинга в деятельность предприятия.
2. Концепции стратегического маркетинга и особенности их внедрения на предприятиях.
3. Этапы формирования стратегии маркетинга.
4. Социально-экономическая эффективность определенной стратегии.
5. Интеграция стратегического маркетинга для системы корпоративного управления предприятия.
6. Характер и сила влияния маркетинговой макросреды на предприятия определенного товарного рынка.
7. Влияние маркетинговой макросреды на формирование стратегии предприятия.
8. Коммуникационные стратегии в канале сбыта.
9. Маркетинговое стратегическое планирование: теоретические и практические аспекты.
10. SWOT - анализ в разработке маркетинговой стратегии предприятия.
11. Определение потребительских нужд методом сегментации рынка.
12. Формирование системы товарных стратегий в деятельности предприятия.
13. Стратегический маркетинг торгового предприятия.
14. Стратегии интерактивного маркетинга.
15. Формирование стратегий выхода на зарубежные рынки.
16. Выбор конкурентной стратегии предприятия.
17. возможностей роста предприятия: стратегические аспекты.
18. Определение конкурентных преимуществ предприятия на рынке или в его сегментах.
19. Стратегический механизм оценки конкурентоспособности предприятия.
20. Привлекательность определенного рынка для предприятия.
21. Стратегия инноваций в маркетинговой деятельности предприятия.
22. Формирование стратегии взаимоотношений с потребителями.
23. Маркетинговая информационная система как основа для формирования и внедрения стратегического маркетинг.
24. Формирование продуктового портфеля предприятия на определенном рынке.
25. Выбор базовой стратегии предприятия.
26. Обеспечение реализации сбытовой стратегии предприятия.
27. Стратегии охвата рынка: структура каналов и оценка эффективности.
28. Формирование ценовой чувствительности потребителя в системе ценовой стратегии.
29. Разработка ценовой стратегии.

30. Стратегия сегментации и выбора целевого рынка.
31. Позиционирование торговой марки как предпосылка формирования стратегии.
32. Стратегия брэндинга: развитие и перспективы использования.
33. Рекламные стратегии в системе общей маркетинговой стратегии предприятия. Стратегия и тактика ценообразования.
34. Конкуренция и стратегия: основные концепции.
35. Стратегия бизнеса: концепция и тенденции.
36. Стратегический анализ потребителей определенной продукции или торговой марки.
37. Фактический и потенциальный объем определенного рынка или его сегментов.
38. Сильные и слабые стороны конкурентов.
39. Темпы роста рынка и факторы, которые на него влияют.
40. Окружающая среда предприятия и стратегическая неопределенность.
41. Сценарное развитие рынка, предприятия, торговой марки.
42. Создание устойчивых конкурентных преимуществ.
43. Стратегии дифференцировки в деятельности предприятия на товарном рынке.
44. Стратегические решения по каналам сбыта.
45. Формирование плана стратегического маркетинга.
46. Теоретические концепции стратегического маркетинга.
47. Повышение конкурентоспособности предприятия - цель стратегического маркетинга
48. Структура системы стратегического маркетинга и содержание ее составляющих.
49. Прогнозирование в системе стратегического маркетинга.
50. Стратегическая оценка конкурентов предприятия на определенном рынке.
51. Стратегические прогнозы рыночных возможностей предприятия.
52. Оперативное управление реализацией стратегии предприятия.
53. Формирование стратегии как формального процесса.
54. Построение стратегии как аналитический процесс, школа позиционирования.
55. Построение стратегии как процесса предсказания (прогнозирования) состояния и возможностей предприятия в рыночной среде.
56. Стратегия предприятия как развивающийся процесс.
57. Стратегическое сегментацией поставщиков: особенности и применение.
58. Стратегическое обновление предприятия и создание компетенции.
59. Стратегическая оценка финансового положения предприятия.
60. Аудит в системе стратегического маркетинга.
61. Стратегическая оценка производства.
62. Оценка эффективности создания и внедрения маркетинговой информационной системе.
63. Бенчмаркинг как инструмент стратегического развития предприятия.

64. Стратегический механизм оценки развития определенной отрасли.
65. Влияние конкуренции на формирование стратегии.
66. Оценка бизнес-стратегии предприятия.
67. Стратегия создания сильной торговой марки.
68. Стратегия позиционирования и репозиционирования на примере определенной торговой марки. Оценка эффективности разработки и внедрения стратегии маркетингу на предприятии.
69. Стратегический потенциал предприятия: создание, поддержка, механизм действия.
70. Формирование миссии предприятия как основа разработки адекватной стратегии.
71. Влияние социально-демографических факторов на стратегию развития товара или торговой марки.
72. Формирование стратегического видения, установление целей и разработка стратегии предприятия.
73. Приведение маркетинговой стратегии в соответствие с рыночной ситуацией.
74. Стратегии диверсификации предприятия.
75. Бюджет реализации стратегии предприятия.
76. Стратегия создания уникального товарного предложения торговой марки.
77. Маркетинговая стратегия промышленных альянсов.
78. Стратегия развития данного предприятия.
79. Создание системы функциональных стратегий в деятельности предприятия.
80. Формирование системы информационного обеспечения маркетинговой деятельности предприятий.
81. Управление маркетинговым потенциалом предприятия.
82. Организация и управление торговлей продовольственными товарами и пути его совершенствования.
83. Формирование стратегии маркетинга на торговом предприятии.
84. Маркетинг розничной торговли в рыночных условиях хозяйствования.
85. Стратегия производства и сбыта опасных продуктов.
86. Перспективы развития розничной торговой сети.
87. Формирование регионального рынка компьютерных мониторов.
88. Инновации в маркетинге на рынке туристических услуг.
89. Управления и развитие программ потребительской лояльности для предприятия.
90. Формирование стратегии сбыта производственного предприятия на рынке кондитерских изделий.
91. Разработка системы стратегического планирования в страховой компании на примере.
92. Формирование конкурентоспособности маркетингового комплекса предприятия.
93. Формирование и внедрение рекламной стратегии на предприятиях ресторанного хозяйства.

94. Маркетинговое стратегическое планирование на промышленном предприятии.
95. Развитие рынка Интернет-торговли и его влияние на деятельность Интернет-магазина.
96. Основные направления совершенствования биржевого механизма в деятельности предприятий.
97. Разработка (или совершенствование) деятельности в сфере сетевого маркетинга.
98. Анализ и совершенствование управления франчайзинговой компанией
99. Разработка (или совершенствования) деятельности в сфере мерчандайзинга (на конкретном примере).
100. Особенности организации маркетинговой деятельности в некоммерческой организации
101. Совершенствование системы маркетинговых коммуникаций предприятия, организации
102. Разработка (или совершенствование) маркетинговых коммуникаций на основе разработке фирменного стиля организации
103. Совершенствование стратегии продвижения бренда товара, услуг, предприятия, организации
104. Разработка стратегии брендинга компании, продукции, услуг.
105. Анализ и совершенствование маркетинговой деятельности по организации выставок, ярмарок
106. Совершенствование системы рекламного менеджмента на основе развития связей с общественностью на предприятии.
107. Разработка специализированной рекламной кампании предприятия.
108. Разработка и совершенствование технологий продвижения продукции на основе ивент-маркетинга (событийного маркетинга-менеджмента) на предприятии.
109. Разработка и совершенствование электронного маркетинга (торговли) на предприятии.
110. Совершенствование маркетинговых технологий продвижения продукции в Интернет среде.
111. Анализ и совершенствование Интернет-маркетинга в организации, предприятии.
112. Разработка ценовой политики для новых товаров (на потребительских, товарных рынках) предприятия.
113. Разработка ценовой политики предприятия сферы услуг.
114. Совершенствование инновационной политики предприятия, организации на основе использования маркетинга
115. Разработка и совершенствование маркетинговых исследований в организации
116. Совершенствование стратегии маркетинга мест, территории.
117. Разработка планов развития предприятия и мер по их реализации.

Приложение Б
Образец оформления титульного листа

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Факультет маркетинга и торгового дела

Кафедра маркетинга и торгового дела

ДОПУСКАЕТСЯ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой
_____
«_____»_____20__г .

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по направлению подготовки 38.04.01 Экономика
Магистерская программа Маркетинг (Рекламный бизнес)

на тему: «_____»
(название темы ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ)

Автор, обучающийся группы ……. _____ _____
(подпись) (инициалы, фамилия)

Руководитель _____ _____ _____
(ученая степень, ученое звание, должность) (подпись) (инициалы, фамилия)

Консультант
по разделу: _____ _____ _____
(ученая степень, ученое звание, должность) (подпись) (инициалы, фамилия)

Донецк
Год 20____

Приложение В

Пример плана ВКР на тему:

«МАРКЕТИНГОВАЯ ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА ПРОИЗВОДСТВЕННО-СБЫТОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ»

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ……
РАЗДЕЛ I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ
117.1 Понятие товарной политики ……..
117.2 Характеристика основных элементов товарной политики ……...…..
117.3 Перспективы развития товарной политики в современных условиях…….....
РАЗДЕЛ II. АНАЛИЗ ПРАКТИКИ РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ НА ЛОКАЛЬНОМ РЫНКЕ ГРАНИТНЫХ ИЗДЕЛИЙ
2.1 Общая маркетинговая характеристика рынка гранитных изделий..…..
2.2 Оценка конкурентных позиций предприятий, работающих на рынке гранитных изделий ……..
2.3 Основные усилия по формированию ассортимента с учетом ценового диапазона …..…….....……..
РАЗДЕЛ III. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ, РАБОТАЮЩИХ НА РЫНКЕ ГРАНИТНЫХ ИЗДЕЛИЙ
3.1 Учет потребительских предпочтений при формировании товарного предложения…….....…
3.2 Формирование программы маркетинга по увеличению рыночной доли……...……
3.3 Стратегия оптимизации товарного предложения ……
РАЗДЕЛ IV. ГРАЖДАНСКАЯ ОБОРОНА ……
ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ..……..…….…..…..
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ ……..….
ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение Г (1)
Образец реферата ВКР
Реферат
Тема – «Организационно-экономические принципы совершенствования управления маркетинговыми коммуникациями»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА: 110с., 10 рис., 15 табл., 8 приложений, 45 источников.

Объект исследования – процессы маркетинговых коммуникаций в системе управления предприятием.

Предмет исследования - механизм эффективного управления маркетинговыми коммуникациями предприятия.

Предприятие, на примере которого выполнено выпускную квалификационную работу - ООО «Фокус-Донецк», г. Донецк.

Цель работы - совершенствование теоретических основ, разработка научно-методических подходов и практических рекомендаций по повышению эффективности рыночной деятельности предприятий на основе управления маркетинговыми коммуникациями.

Методы исследования –

Научная новизна полученных результатов. На защиту выносятся следующие основные положения и результаты, обладающие элементами научной новизны:

Практическое значение полученных результатов:

Апробация результатов выпускной квалификационной работы.

Приложение Г (2)
Образец реферата аннотации

АННОТАЦИЯ (на русском языке)

Рассмотрены теоретические аспекты управления процессами маркетинговых коммуникаций на предприятии розничной торговли, проанализирована конкурентная среда ООО «Фокус-Донецк», практика и эффективность управления продажами товаров ООО «Фокус-Донецк», предложенная системная модель коммуникационного процесса предприятия, в которой организуется интерактивный процесс оптимизации формирования информационных сообщений, разработана модифицированная модель массового обслуживания для оптимизации расчетов необходимого количества коммуникационных каналов по их разновидностям и разработана компьютерная программа для автоматизации этих расчетов ..

SUMMARY (на английском языке)

Приложение Д
График выполнения выпускной квалификационной работы и подготовки к ее защите

№ пор.	Этапы выполнения ВКР	Срок выполнения ВКР
1.	Выбор темы ВКР и предприятия, на примере которого она должна быть выполнена	До 30 сентября
2.	Подготовка задания на выполнение ВКР с учетом разделов, которыми руководит консультант	Не позднее 10 дней после утверждения тем ВКР
3.	Выполнение ВКР	Согласно календарному плану выполнения ВКР
4.	Согласование раздела ВКР по гражданской обороне с консультантом	За 30 дней до начала государственной аттестации
5.	Оформление заявления на проверку и справки о результатах проверки на объем заимствований с использованием платформы ВКР-ВУЗ (Приказ №628 оп от 24.12.2018)	За 20 дней до начала государственной аттестации
6.	Представление ВКР научному руководителю	За 20 дней до начала государственной аттестации
7.	Предварительная защита ВКР на кафедре маркетинга и коммерческой деятельности	За 15 дней до начала государственной аттестации
8.	Внешнее рецензирование ВКР	За 10 дней до начала работы ГАК
9.	Защита ВКР на заседании ГАК	Согласно графику работы ГАК

Приложение Е
Образец оформления заказа на выполнение
темы выпускной квалификационной работы

Заведующему кафедрой

_____
(название кафедры)

_____

_____
(фамилия, инициалы зав. кафедры)

Уважаемая _____!

Руководство _____
(полное название учреждения)
просит Вас разрешить выполнение выпускной квалификационной работы на тему:

_____
(название темы)

_____

Наше предприятие заинтересовано в разработке данной темы. В ее выполнения просим привлечь обучающегося группы

_____
(шифр группы, фамилия имя отчество)

Со своей стороны, обязуемся обеспечить обучающемуся всю необходимую информационную и организационную поддержку.

Результаты проведенных исследований будут использованы при организации деятельности предприятия.

_____	_____	_____
(должность рук. учреждения)	(подпись рук. учреждения)	(Ф.И.О. руководителя учреждения)

Печать учреждения

Приложение Ж
Образец заявления на выполнение
темы выпускной квалификационной работы

Заведующему кафедрой

_____
(название кафедры)

_____

_____
(фамилия, инициалы зав. кафедры)

обучающегося ____курса факультета

_____
(название факультета)

группы _____
(шифр группы)

_____.
(фамилия имя отчество обучающегося)

_____

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу разрешить мне написание выпускной квалификационной работы работы на тему «_____»

(название темы)

под руководством _____
(должность, фамилия и инициалы преподавателя)

«____» _____20__г. _____
(подпись студента)

Согласовано

_____ _____
(подпись) (Ф.И.О. научного руководителя)

Приложение И
Образец задания по выпускной квалификационной работе

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

Факультет маркетинга и торгового дела
Кафедра маркетинга и торгового дела
Направление подготовки 38.04.01 Экономика
Магистерская программа Маркетинг (Рекламный бизнес)

УТВЕРЖДАЮ:
Зав. кафедрой

_____
_____
«_____» _____ 20____г.

ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ

_____
(фамилия, имя, отчество)

_____
(группа)

1. Тема выпускной квалификационной работы (далее – ВКР)

_____

Научный руководитель:_____

(фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание)

Утверждено приказом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ» от « ____» _____20 ____г. № ____

2. Срок представления обучающимся ВКР « __» _____20 ___г.

3. Исходные данные к ВКР_____

_____

_____

_____

_____

4. Содержание пояснительной записки (перечень вопросов, которые нужно разработать)

_____

_____

_____

_____

5. Перечень графического материала (с точным указанием обязательных иллюстраций)

_____

_____

_____

6. Консультанты разделов ВКР:

Название раздела	Фамилия, инициалы и должность консультанта	Подпись консультанта	Дата выдачи задания
4			

7. Дата выдачи задания « _____» _____20 ____г.

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

N п/п	Этап выполнения ВКР	Срок выполнения этапов	Примечание
1.	Раздел 1		
2.	Раздел 2		
3.	Раздел 3		
4.	Раздел 4		
5.	Подготовка доклада, презентации, раздаточного материала и т.д.		

Обучающийся _____ _____

(подпись) (инициалы и фамилия)

Руководитель _____ _____

(подпись)

(инициалы и фамилия)

Приложение К

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

ОТЗЫВ
научного руководителя на выпускную квалификационную работу

_____
(Ф.И. О. магистранта)

_____
(название ВКР)
представленной к защите по направлению

_____
(код и наименование направления)

по программе _____
(код и наименование программы)

Текст отзыва

«___» _____20___г.

_____ _____ _____/_____
уч. степ. *уч. звание* *(подпись)* *(Ф.И.О.)*

Приложение Л
Пример оформления «ПРЕДЛОЖЕНИЯ» по результатам ВКР

ПРЕДЛОЖЕНИЯ

по выпускной квалификационной работе на тему: **«Сбытовая политика предприятия, на примере ЧП Парфенов»**
обучающегося ФМТД, направления подготовки 38.04.01 Экономика
Магистерская программа Маркетинг (Рекламный бизнес),
ОПОП ВО Магистратура
Швец Александра Владимировича

№ п/п	Содержание	Кому адресовано
1	Организовать учет эффективности рекламирования конкретных видов хлебобулочных изделий	Руководство магазина
2	Ассортиментную политику магазина формировать на основе исследования потребительских предпочтений, путем опросов	Руководство магазина
3	Внедрить баннерную рекламу в магазине направленную на целевые сегменты	Руководство магазина
4	Усовершенствовать структуру ассортимента за счет новых видов хлебобулочных изделий местных производителей	

«____» _____20___г.

Обучающийся 2 курса, группы ……. _____Швец А.В.
Научный руководитель: к.э.н., доцент _____ИВАНОВ А.А.

СПРАВКА

Предложения обучающегося Швеца А.В., сделанные в выпускной квалификационной работе на тему: «Сбытовая политика предприятия, на примере ЧП Парфенов» будут использованы на предприятии

«____» _____20___г.

Руководитель _____

Приложение М
Ориентировочная тематика рассматриваемых направлений и вопросов

При выполнении раздела могут рассматриваться следующие вопросы:

1. Прогнозирование химической обстановки при авариях на химически опасных объектах (ХОО).
2. Прогнозирование радиационной обстановки при авариях на радиационно-опасных объектах (РОО).
3. Расчет ущерба, нанесенного вследствие ЧС.
4. Организация системы оповещения и предупреждения на объекте гражданской обороны.
5. Разработка «Плана действий по предупреждению и ликвидации чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера».
6. Инженерная защита на объекте ГО.
7. Радиационно-химическая зашита на объекте ГО.
8. Ликвидация последствий чрезвычайных ситуаций.
9. Специальная обработка.
10. Обучение действиям персонала объекта ГО в ЧС.

Приложение Н
Заявление на проверку выпускной квалификационной работы с использованием платформы ВКР-ВУЗ

Ректору ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Дрожжиной С.В.

_____
(Ф.И.О. обучающегося (ки)
обучающегося _____курса
института (факультета)_____
_____
_____формы обучения
группы_____

ЗАЯВЛЕНИЕ

Я, _____, студент(ка) _____курса_____формы
(Ф.И.О. полностью) (очной, заочной)
обучения, обучающийся(–аяся) по направлению подготовки (специальности) _____
профилю /магистерской программе (специализации)
_____
(наименование направления подготовки / специальности, профиля / магистерской программы /специализации)

прошу провести проверку выпускной квалификационной работы с использованием платформы ВКР-ВУЗ на тему: _____

_____
(название работы)
научный руководитель:_____
(фамилия, имя, отчество, должность)

и разместить выпускную квалификационную работу на сайте платформы ВКР-ВУЗ, электронный адрес http://vkr-vuz.ru и в автоматизированной информационно-библиотечной системе UNILIB.

Я подтверждаю, что выпускная квалификационная работа написана лично мною, в работе отсутствуют неправомерные заимствования, и она не нарушает авторских прав иных лиц. Все прямые заимствования из печатных и электронных источников, а также из защищенных выпускных квалификационных работ, кандидатских и докторских диссертаций имеют соответствующие ссылки.

Я ознакомлен(а) с действующим Положением о выпускной квалификационной работе по основным образовательным программам высшего профессионального образования – программам бакалавриата, специалитета, магистратуры, согласно которым обнаружение плагиата является основанием для выставления отрицательной оценки или недопуска работы к защите.

_____ _____
(Дата) (Подпись)

Приложение П
Справка о результатах проверки на наличие заимствований



СПРАВКА
о результатах проверки на наличие заимствований

Ф.И.О. автора проверяемой работы:

Тема работы:

Руководитель:

Информация о документе:

Имя исходного файла:

Тип документа:

Источники цитирования*

#	Доля в отчете	Источник (ссылка)	Где найдено (Модуль поиска)

***Таблица формируется системой «ВКР-ВУЗ».**

Уникальность текста:

_____	_____	_____	_____
подпись обучающегося	расшифровка подписи	подпись ответственного за проверку	расшифровка подписи
	_____		_____
	дата		дата

Приложение Р
НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

1. ГОСТ 2.001-2013. ЕСКД. Общие положения
2. ГОСТ 2.051-2006. ЕСКД. Электронные документы
3. ГОСТ 2.105-95. ЕСКД. Общие требования к текстовым документам
4. ГОСТ 2.106-96. ЕСКД. Текстовые документы
5. ГОСТ 2.301-68 ЕСКД. Форматы
6. ГОСТ 7.1-2003. СИБИД. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления.
7. ГОСТ 7.9-95 СИБИД. Реферат и аннотация. Общие требования
8. ГОСТ 7.12-93. СИБИД. Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила
9. ГОСТ 7.32-2017. СИБИД. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления
10. ГОСТ 7.60-2003. Издания. Основные виды. Термины и определения
11. ГОСТ 7.80-2000. СИБИД. Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления

Приложение С
Р Е Ц Е Н З И Я

На выпускную квалификационную работу обучающегося

_____
(фамилия, имя, отчество)

выполненную на тему: (точное название)

_____
_____

1. Актуальность, новизна

_____
_____
_____
_____
_____

2. Оценка содержания работы

_____
_____
_____
_____

3. Отличительные положительные стороны работы_____
_____
_____

4. Практическое значение работы и рекомендации по внедрению в практическую деятельность организации

_____
_____

5. Недостатки и замечания по работе

_____
_____
_____
_____
_____

6. Рекомендуемая оценка выполненной работы

_____
_____
_____

РЕЦЕНЗЕНТ _____ _____
(подпись) (фамилия, имя, отчество)

_____
(должность, место работы)

Приложение Т
Образец оформления доклада

Уважаемые члены Государственной аттестационной комиссии, уважаемые присутствующие!

Тема предлагаемой Вашему вниманию ВКР- ... (указать тему)

Актуальность выбранной темы очевидна и обусловлена тем, что (1-2 предложения, подтверждающих актуальность темы для предприятия и общую).

Целью работы явилось: ... (соответствует примерно названию)

В связи с поставленной целью в работе были решены (или предпринята попытка решить) следующие задачи: ... (1 - название I раздела, далее 5 - 6 - из названий подразделов II и III раздела).

Объектом исследования явилось ... (название предприятия), основой деятельности, которого является ... (характеристика вида деятельности - кратко).

ВСЕГО - НЕ БОЛЕЕ СТРАНИЦЫ

II. Анализ.... показал;что напредприятии... сложилась следующая ситуация:

во-первых, .

во-вторых ...и т.д. (по анализу II главы - но только то, что относится к теме диплома)

Исходя из вышеизложенного анализа можно сделать следующие выводы:

1)...

2)...

Или

Анализ задач, поставленных для решения цели выпускной квалификационной работы позволил сделать следующие выводы:

во-первых ...

во-вторых ... и т.д. (по анализу II главы - но только то, что относится к теме диплома)

ВСЕГО - НЕ БОЛЕЕ 2-х СТРАНИЦ

III. Исходя из проведенного анализа и сделанных выводов на защиту вносятся следующие предложения по совершенствованию ... (ТЕМА ДИПЛОМА):

ПЕРВОЕ...

ВТОРОЕ...

ТРЕТЬЕ...

ВСЕГО -2-3 СТРАНИЦЫ

IV. Ожидаемым результатом от использования в деятельности предприятия предложений по совершенствованию деятельности явится… (можно цифрами, можно словами - от больших результатов, - как следствие, к меньшим)

ВСЕГО - 4 СТРАНИЦЫ

V. ДОКЛАД ОКОНЧЕН, СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ.

Приложение У
Примеры оформления списка использованных источников
Монографии, учебные пособия, учебники

один автор

Семенов, В. В. Философия: итог тысячелетий. Философская психология [Текст] : монография / В. В. Семенов ; Рос. акад. наук, Пущин. науч. центр. – Пущино : ПНЦ РАН, 2019. – 64 с.

два автора

Бочаров, И. Н. Кипренский [Текст] / И. Бочаров, Ю. Глушакова. – 2-е изд., знач. доп. – М. : Молодая гвардия, 2018. – 390 с.

три автора

Бахвалов, Н. С. Численные методы [Текст] : учеб. пособие для физ.-мат. специальностей вузов / Н. С.Бахвалов, Н. П. Жидков, Г. М. Кобельков ; под общ. ред. Н. И. Тихонова.– 2-е изд. – М. : Физматлит: Лаб. базовых знаний ; СПб. : Нев. диалект, 2018. – 630 с.

более трех авторов

История России [Текст]: учеб. пособие для обучающихся всех специальностей / В.Н. Быков [и др.]; отв. В. Н. Сухов. – 2-е изд, перераб. и доп. – СПб. : СПбЛТА, 2017. – 231 с.

Многотомные издания

Казьмин, В. Д. Справочник домашнего врача [Текст]. В 3 ч. Ч. 2. Детские болезни / Владимир Казьмин. – М. : АСТ : Астрель, 2018. – 503 с.

Переводные издания

Перроун П. Д. Создание корпоративных систем на базе Java 2 EnterpriseEdition [Текст] : рук. разработчика : [пер. с англ.] / Поль Дж. Перроун, Венката С. Р. «Кришна», Р. Чаганти. – М. [и др.] : Вильямс, 2017. – 1179 с.

Мюссе, Л. Варварские нашествия на Западную Европу [Текст] : вторая волна / Люсьен Мюссе ; перевод с фр. А. Тополева ; [примеч. А. Ю. Карчинского]. – СПб. : Евразия, 2018. – 344.

Стандарты

ГОСТ 7. 53–2018. Издания. Международная стандартная нумерация книг [Текст]. – Взамен ГОСТ 7.53–86 ; введ. 2018–07–01. – Минск : Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации ; М. : Изд-во стандартов, сор. 2018. – 3 с. – (Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу).

Авторское свидетельство

А. с. 1007970 СССР, МКИ^3 В 25 J 15/00. Устройство для захвата неориентированных деталей типа валов [Текст] / В. С. Ваулин, В. Г. Кемайкин (СССР). – № 3360585/25–08 ; заявл. 23.11.18 ; опубл. 30.03.18, Бюл. № 12. – 2 с.

Составные части:

а) книги

Двинянинова, Г. С. Комплимент : Коммуникативный статус или стратегия в дискурсе [Текст] / Г. С. Двинянинова // Социальная власть языка : сб. науч. тр. / Воронеж. межрегион. ин-т обществ. наук, Воронеж. гос. ун-т, Фак. романо-герман. истории. – Воронеж, 2018. – С. 101–106. – Библиогр.: с. 105–106.

б) серийного издания:

- газеты

Михайлов, С. А Езда по-европейски [Текст] : система платных дорог в России находится в начал. стадии развития / Сергей Михайлов // Независимая газ. – 2019. – 17 июня.

- журналы

Боголюбов, А. Н. О вещественных резонансах в волноводе с неоднородным заполнением [Текст] / А. Н. Боголюбов, А. Л. Делицын, М. Д. Малых // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 3, Физика. Астрономия. – 2018. – №5. – С. 23-25.

- сборники

Белова, Г. Д. Некоторые вопросы уголовной ответственности за нарушение налогового законодательства [Текст] / Г. Д. Белова // Актуал. проблемы прокурор. надзора / Ин-т повышения квалификации рук. кадров Генер. прокуратуры Рос. Федерации. – 2017. – Вып. 5 : Прокурорский надзор за исполнением уголовного и уголовно-процессуального законодательства. Организация деятельности прокуратуры. – С. 46–49.

в) раздел, глава

Малый, А. И. Введение в законодательство Европейского сообщества [Текст] / Ал. Малый // Институты Европейского союза : учеб. пособие / Ал. Малый, Дж. Кемпбелл, М. О'Нейл. – Архангельск, 2018. – Разд. 1. – С. 7–26.

Глазырин, Б. Э. Автоматизация выполнения отдельных операций в Word 2017 [Текст] / Б. Э. Глазырин // Office 2017 : 5 кн. в 1 : самоучитель / Э. М. Берлинер, И. Б. Глазырина, Б. Э. Глазырин. – 2-е изд., перераб. – М., 2019. – Гл. 14. – С. 281–298.

Депонированные научные работы

Разумовский, В. А. Управление маркетинговыми исследованиями в регионе [Текст] / В. А. Разумовский, Д. А. Андреев ; Ин-т экономики города. – М., 2019. – 210 с. – Деп. в ИНИОН Рос. акад. наук 15.02.19, № 139876.

Социологическое исследование малых групп населения [Текст] / В. И. Иванов [и др.] ; М-во образования Рос. Федерации, Финансовая академия. – М., 2018. – 110 с. – Библиогр.: с. 108–109. – Деп. в ВИНИТИ 13.06.18, № 145432.

Материалы конференции

«Воспитательный процесс в высшей школе России», межвузовская науч.-практическая конф. (2019; Новосибирск). Межвузовская научно-практическая конференция «Воспитательный процесс в высшей школе России»,

26–27 апр. 2019 г. [Текст] : [посвящ. 50-летию НГАВТ : материалы] / редкол.: А. Б. Борисов [и др.]. – Новосибирск : НГАВТ, 2019. – 157 с.

Диссертации

Вишняков, И. В. Модели и методы оценки коммерческих банков в условиях неопределенности [Текст] : дис. … канд. экон. наук : 08.00.13 : защищена 12.02.19 : утв. 24.06.12 / Вишняков Илья Владимирович. – М., 2019. – 234 с.

Автореферат

Белозеров, И. В. Религиозная политика Золотой Орды на Руси в XIII–XIV вв. [Текст] : автореф. дис. … канд. ист. наук : 07.00.12 / И. В. Белозеров. – М., 2019. – 18 с.

Отчет о научно-исследовательской работе

Состояние и перспективы развития статистики печати Российской Федерации [Текст] : отчет о НИР (заключ.) : 06-02 / Рос. кн. палата ; рук. А. А. Джиго ; исполн.: В. П. Смирнова [и др.]. – М., 2018. – 250 с. – Инв. № 756600.

Законодательные материалы

1. Закон Донецкой Народной Республики от 29.06.2015 года № 59-IНС «О средствах массовой информации».
2. Закон Донецкой Народной Республики от 08.04.2016 года № 121-IНС «О рынках и рыночной деятельности».

Электронные ресурсы

1. Никитин В.К. История русской революции [Электронный ресурс] / В.К. Никитин // Мир русской истории: Российский электронный журнал. – 2019. – № 1. – Режим доступа: http://www.history.ru/ (01.01.2019).
2. Куратов А. А. Кафедра истории Поморского государственного университета [Электронный ресурс] / А. А. Куратов. - Режим доступа: http://hist.pomorsu.ru/history.html. Дата обращения: 01.01.2019.
3. Черткова Е. Л. Утопия как способ постижения социальной действительности [Электронный ресурс] / Е. Л. Черткова // Социемы: журнал Уральского гос. ун-та. - Екатеринбург, 2018. - №8. - Режим доступа: http://www2/usu.ru/philosophi/soc_phil/rus/text/sosiemy/8/chertkova. Дата обращения: 01.01.2019.

Учебное издание

Азарян Елена Михайловна, д.э.н., профессор

Махноносов Денис Витальевич, к.э.н., доцент

Кривонос Алина Александровна, к.э.н., доцент

Носова Алёна Игоревна, ассистент

ПОДГОТОВКА К ПРОЦЕДУРЕ ЗАЩИТЫ И ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Методические рекомендации для обучающихся
по направления подготовки 38.04.01 Экономика
Магистерская программа: Маркетинг, Рекламный бизнес
ОПОП ВО Магистратура
очной и заочной форм обучения

Сводный план издания на 2026 г. поз. № ,,,,,,,,

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»
83050, г. Донецк – 50, ул Щорса, 3