

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова»
(ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова»)



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по УР

В.В. Хворенков

06.07. 2017 г.

65 ГИА(М)

ПОЛОЖЕНИЕ
О ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ
ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ НАПРАВЛЕНИЯ
38.04.01 «Экономика»
ПРОГРАММА «Сервисная экономика: национальные и международные рынки»

Кафедра : "Экономика, технология и управление коммерческой деятельностью"

Ижевск, 2017

Кафедра: ЭКОНОМИКА, ТЕХНОЛОГИЯ И УПРАВЛЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Составитель: Соколова Надежда Геннадьевна, д.э.н., доцент, профессор каф.ЭТиУКД

Положение Со государственной итоговой аттестации выпускников по образовательной программе «Экономика» составлено на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 "Экономика" и утверждено на заседании кафедры ЭТиУКД протокол от 22.05 2017г. № 9.

Заведующий кафедрой


Г.Е.Калинкина

23. 05 2017г.

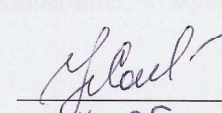
СОГЛАСОВАНО

Председатель учебно-методической комиссии
по направлению 38.04.01 «Экономика»,
программа «Сервисная экономика:
национальные и международные рынки»

 Р.А. Галиахметов


« 24 » 05 2017г.

Председатель учебно-методической комиссии
по образовательной программе 38.04.01 "Экономика",
"Сервисная экономика:
национальные и международные рынки"

 Н.Г. Соколова

24. 05 2017г.

Начальник учебно-методического отдела

 К.И. Дизендорф

« 06 » 07 2017г.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее Положение разработано в соответствии с действующим законодательством, «Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры», утвержденным приказом Минобрнауки России от 29.06.2015 г. № 636, федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» (уровень магистратуры), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30.03.2015 г. № 321 (рег. номер 36995 от 22.04.2015 г.) и «Положением о государственной итоговой аттестации по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры ФГБОУ ВПО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова», утвержденным приказом ректора от 03.12.2015 г. № 1737.

Настоящее Положение устанавливает порядок проведения государственной итоговой аттестации выпускников магистратуры ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова», обучающихся по направлению 38.04.01 «Экономика», программа «Сервисная экономика: национальные и международные рынки».

1.2. Целью государственной итоговой аттестации является определение соответствия результатов освоения обучающимися образовательной программы требованиям соответствующего федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика».

2. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

2.1. Состав итоговых аттестационных испытаний

Государственная итоговая аттестация предполагает государственный экзамен (ГЭ) и защиту выпускной квалификационной работы (ВКР).

2.2. Сроки проведения

Порядок прохождения государственной итоговой аттестации доводится до сведения обучающихся не позднее, чем за 6 месяцев до начала государственной итоговой аттестации.

Сроки государственной итоговой аттестации устанавливаются рабочим учебным планом по образовательной программе и календарным графиком учебного процесса на соответствующий учебный год. Последнее государственное аттестационное испытание должно завершиться не позднее 27 июня.

При формировании расписания устанавливается перерыв между государственными аттестационными испытаниями продолжительностью не менее 7 календарных дней.

2.3. Допуск к государственной итоговой аттестации

2.3.1. К государственной итоговой аттестации допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план.

2.3.2. Допуск к государственной итоговой аттестации оформляется приказом начальника Управления магистратуры, аспирантуры и докторантуры.

2.3.3. Результаты каждого государственного аттестационного испытания определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно». Оценки «отлично», «хорошо» и «удовлетворительно» означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания.

2.3.4. Не позднее чем за 30 календарных дней до дня проведения первого государственного аттестационного испытания начальник Управления магистратуры, аспирантуры и докторантуры распоряжением по Управлению утверждает расписание государственных аттестационных испытаний (далее – расписание), в котором указываются даты, время и место проведения государственных аттестационных испытаний и предэкзаменационных консультаций, и доводит расписание до сведения обучающихся. Выпускающая кафедра доводит расписание до сведения членов государственных экзаменационных комиссий и апелляционных комиссий, секретарей государственных экзаменационных комиссий, руководителей и консультантов выпускных квалификационных работ.

3. ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Цель ВКР

Целью выполнения ВКР является возможность показать способность и профессиональную подготовленность выпускника к проведению научных исследований и инженерных (прикладных) разработок в соответствии с выбранным направлением, что служит основанием для присвоения ему квалификации «магистр».

ВКР магистра может быть направлена на решение одной из следующих задач:

- выполнение теоретических и/или экспериментальных исследований, с целью получения научных результатов, совершенствования существующих научных теорий и методов исследования;
- решение актуальной прикладной задачи, отвечающей современным интересам и потребностям области практической деятельности отрасли по выбранному направлению подготовки магистров.

3.1. Тема ВКР: области тематики, способ выбора.

Тема ВКР должна быть актуальной, представлять научный и практический интерес, и соответствовать выбранному обучающимся направлению.

Тематика выпускных квалификационных работ определяется согласно федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» (уровень магист-

ратуры) и другим нормативным документам, должна быть направлена на решение профессиональных задач:

научно-исследовательская деятельность:

разработка рабочих планов и программ проведения научных исследований и разработок, подготовка заданий для групп и отдельных исполнителей;

разработка инструментария проводимых исследований, анализ их результатов;

подготовка данных для составления обзоров, отчетов и научных публикаций;

сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, выбор методов и средств решения задач исследования;

организация и проведение научных исследований, в том числе статистических обследований и опросов;

разработка теоретических и эконометрических моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов;

проектно-экономическая деятельность:

подготовка заданий и разработка проектных решений с учетом фактора неопределенности;

подготовка заданий и разработка методических и нормативных документов, а также предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ;

подготовка заданий и разработка системы социально-экономических показателей хозяйствующих субъектов;

составление экономических разделов планов предприятий и организаций различных форм собственности;

разработка стратегии поведения экономических агентов на различных рынках;

аналитическая деятельность:

разработка и обоснование социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов, и методик их расчета;

поиск, анализ и оценка источников информации для проведения экономических расчетов;

проведение оценки эффективности проектов с учетом фактора неопределенности;

анализ существующих форм организации управления; разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;

прогнозирование динамики основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и экономики в целом;

организационно-управленческая деятельность:

организация творческих коллективов для решения экономических и социальных задач и руководство ими;

разработка стратегий развития и функционирования предприятий, организаций и их отдельных подразделений;

руководство экономическими службами и подразделениями предприятий и организаций разных форм собственности, органов государственной и муниципальной власти;

педагогическая деятельность:

преподавание экономических дисциплин в образовательных организациях высшего образования, дополнительного профессионального образования, профессиональных образовательных организациях;

разработка учебно-методических материалов.

Перечень примерных тем выпускных квалификационных работ выпускников по образовательной программе приведен в Приложении 1.

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

Для лиц, обучающихся по целевому контракту или по направлению от предприятия, тема ВКР, как правило, согласовывается с предприятием, направившим его на обучение.

Примерная тематика научно-исследовательской работы (ВКР) формулируется персонально не позднее ноября месяца первого года обучения.

3.2. Число магистрантов, закрепленных за одним руководителем.

Непосредственное руководство магистрантами осуществляется руководителями, как правило, имеющими ученую степень и ученое звание. Допускается одновременное руководство не более 5 магистрантами.

4. РУКОВОДСТВО ВКР

4.1. Обязанности руководителя

Руководитель ВКР выполняет следующие виды работ:

- формулирует задание на выполнение ВКР;
- проводит систематические, предусмотренные расписанием, консультации: по подбору литературы, справочных, статистических и архивных материалов, фактического материала и других источников по теме ВКР, по ее содержанию и оформлению; по корректировке ее отдельных частей;
- оказывает помощь в выборе методики проведения исследования, в сборе дополнительной информации;
- осуществляет контроль выполнения ВКР в соответствии с разработанным индивидуальным планом вплоть до ее защиты;
- информирует кафедру в случае несоблюдения обучающимся установленного индивидуального плана;
- оценивает качество выполнения работы в соответствии с предъявляемыми к ней требованиями;

- по завершении работы составляет отзыв руководителя, в котором обязательно отражает результаты проверки текста ВКР на объем заимствования;
- определяет готовность выпускника к защите ВКР.

Руководитель несет ответственность за технически грамотное составление задания по теме ВКР, за качественное и своевременное выполнение работы.

4.2. Обязанности консультанта

Выпускающей кафедре предоставляется право приглашать консультантов по отдельным разделам ВКР магистров. Консультантами могут назначаться лица, имеющие ученую степень и/или ученое звание, а также научные сотрудники и высококвалифицированные специалисты учреждений и предприятий, профессионально занятые в соответствующей тематике работы сфере деятельности.

Консультанты подписывают соответствующую часть работы, выполненной выпускником.

4.3. Обязанности обучающегося

Разработка ВКР должна вестись в соответствии с требованиями к исходным материалам, содержанию и оформлению (п. 5 Положения).

Ответственность за содержание ВКР (текстовой части и иллюстрационно-графического материала), ее оформление, полноту освещенности вопросов, подлежащих разработке, несет обучающийся.

5. ТРЕБОВАНИЯ К ВКР

5.1. Требования к материалам

Выпускная квалификационная работа выполняется в период прохождения практик и выполнения научно-исследовательской работы и представляет собой самостоятельную и логически завершенную работу, связанную с решением задач того вида деятельности, к которым готовится магистр – научно-исследовательской, проектной, производственно-технологической.

5.2. Требования к содержанию

Выпускная квалификационная работа должна содержать следующие обязательные разделы:

- введение (постановка задачи);
- критический обзор литературы и состояния исследуемой области науки;
- методы и инструментарий решения поставленной задачи (методика и техника эксперимента или теоретического расчета, обработки результатов и т.п.);
- результаты исследований, проведенных обучающимся, а также технические, конструкторские и иные решения на отдельных этапах выполнения работы;
- анализ полученных результатов;
- заключение (выводы);
- список использованной литературы.

Титульный лист является первым листом выпускной квалификационной работы и оформляется по установленной форме (Приложение 2).

После титульного листа помещается оглавление, в котором приводятся все заголовки разделов выпускной квалификационной работы и указываются страницы, с которых они начинаются.

Во введении обосновывается актуальность темы выпускной квалификационной работы, определяется ее цель, формулируются задачи, которые необходимо решить для достижения поставленной цели, выбираются методы исследования.

Основная часть работы включает два-четыре раздела, которые разбиваются на подразделы. Каждый раздел (подраздел) посвящен решению задач, сформулированных во введении, и заканчивается выводами, к которым пришел обучающийся в результате проведенного научного исследования или решения прикладной задачи.

Заключение должно быть прямо связано с теми целями и задачами, которые сформулированы во введении. Здесь даются выводы и обобщения, вытекающие из всей работы, даются рекомендации, указываются пути дальнейших исследований в рамках данной проблемы.

5.3. Требования к оформлению

Выпускная квалификационная работа должна быть отпечатана и переплетена. Объем работы определяется предметом, целями и методами исследования. Рекомендуемый объем 80-100 страниц машинописного текста, выполненного через 1,5 межстрочных интервала.

Пояснительная записка ВКР оформляется в соответствии с ГОСТ 7.32-2001. Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления.

Аннотация и реферат оформляются согласно ГОСТ 7.9-1995 (ИСО 214-76). Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Реферат и аннотация. Общие требования.

Общие требования и правила составления списка используемых источников (списка литературы) приведены в ГОСТ 7.1–2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание.

6. ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ВКР

6.1. Сроки выполнения

Сроки выполнения выпускной квалификационной работы по тематике составляют весь период обучения – 2 года (для очной формы обучения). Сроки оформления выпускной квалификационной работы – 4 семестр.

6.2. Место выполнения

Выпускная квалификационная работа может выполняться обучающимся как на выпускающей кафедре, осуществляющей подготовку по образовательной программе, так и на предприятии.

6.3. Контроль кафедры процесса выполнения ВКР

Выполнение выпускной квалификационной работы магистра осуществляется под руководством научного руководителя, который консультирует по проблеме исследования, контролирует выполнение индивидуального плана и несет ответственность за качественное и своевременное выполнение работы. Рекомендуются проведение консультаций не реже одного раза в неделю. За 2–4 недели до защиты рекомендуется провести смотр работ с целью подведения предварительных итогов.

6.4. Рецензирование ВКР

Выпускные квалификационные работы магистров подлежат рецензированию.

Для проведения рецензирования указанная работа направляется одному или нескольким рецензентам из числа лиц, не являющихся работниками кафедры, и, как правило, не являющихся работниками ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова». Рецензентом назначается ведущий специалист в той области знаний, по тематике которой выполнена выпускная квалификационная работа. Список рецензентов оформляется в виде служебной записки от руководителя направления подготовки магистров и представляется в отдел магистратуры не позднее, чем за 30 дней до защиты. Рецензенты утверждаются приказом ректора. На рецензию направляется полностью оформленная выпускная квалификационная работа, подписанная обучающимся, руководителем, консультантом (при наличии), а также руководителем программы. Рецензент проводит анализ выпускной квалификационной работы и представляет письменную рецензию на указанную работу. В рецензии оцениваются все разделы работы, степень новизны и самостоятельности исследования, владение методами научного анализа, аргументированность выводов, логика, язык и стиль изложения материала, оформление работы. В рецензии должна содержаться рекомендательная оценка. Срок представления рецензии – не позднее чем за пять дней до защиты.

6.5. Сроки представления работы и получения допуска к защите

Полностью оформленную пояснительную записку обучающийся передает руководителю выпускной квалификационной работы для составления отзыва, а ее электронный вариант – сотруднику выпускающей кафедры для проверки на объем заимствования. Рекомендуемый срок представления пояснительной записки – не менее чем за 11 рабочих дней до защиты. В случае неудовлетворительного состояния подготовки обучающегося к защите, руководитель выпускной квалификационной работы не менее чем за 5 дней до защиты письменно сообщает об этом заведующему кафедрой, обосновывая свое мнение.

После завершения подготовки обучающимся выпускной квалификационной работы руководитель представляет на выпускающую кафедру письменный отзыв о работе обучающегося в период ее подготовки.

Выпускающая кафедра обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом руководителя и рецензией не позднее чем за 5 дней до защиты. Обучающийся расписывается об ознакомлении на отзыве и рецензии: «С отзывом (рецензией) ознакомлен», ставит подпись, расшифровку и дату.

Допуск к защите выпускной квалификационной работы подписывает руководитель направления.

6.6. Требования к ВКР по проверке на объем заимствования

Тексты выпускных квалификационных работ проверяются на объем заимствования. Проверка проводится в соответствии с «Регламентом организации проверки на заимствование учебных работ обучающихся, научных и учебных изданий ИжГТУ имени М.Т. Калашникова», утвержденного приказом ректора №1447 от 02.12.2016.

Объем заимствований в ВКР не должен превышать 20%.

Указанная проверка ВКР на объем заимствования должна быть выполнена не позднее, чем за 5 дней до защиты.

В отзыве руководитель обязательно отражает результаты проверки текста выпускной квалификационной работы на объем заимствования.

7. ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАЩИТЫ ВКР

7.1. Перечень и формы представляемых к защите документов.

Секретарь ГЭК за два дня до проведения защиты выпускных квалификационных работ формирует комплекты документов к защите: индивидуальный учебный план магистранта, переплетенная обучающимся пояснительная записка ВКР, автореферат, отзыв руководителя, рецензия, электронный вариант ВКР, копии публикаций (при наличии), презентация и другие демонстрационные материалы, реферат ВКР, учетная карточка ВКР.

Реферат выпускной квалификационной работы оформляется в виде презентации (6 слайдов). Предлагается следующая структура реферата:

- цель работы – 1 слайд;
- основные этапы исследования – 4 слайда;
- результаты работы – 1 слайд.

Учетная карточка выпускной квалификационной работы оформляется в виде электронного документа (формат DOC/DOCX) и содержит следующую информацию:

1. Исполнитель – Фамилия Имя Отчество (полностью).
2. Тема.
3. Год выполнения.
4. Уровень образования (бакалавр/ специалист/ магистр).
5. Форма обучения (ОФО, ЗФО, ОЗФО).
6. Направление (шифр и название).
7. Название образовательной программы (название профиля/ специализации/ магистерской программы).
8. Руководитель - Фамилия Имя Отчество (полностью), степень, должность (с указанием кафедры).
9. Шифр УДК (проставляется научной библиотекой).

7.2. Знакомство с графиком защит

График защит выпускных квалификационных работ (график распределения выпускников по дням работы ГЭК) доводится до сведения

обучающихся не менее чем за две недели до заседания ГЭК.

7.3. Регламент работы ГЭК, использование печатных материалов, вычислительных и иных технических средств

Публичная защита выпускных квалификационных работ преследует следующие цели:

- проверка умений и навыков в области профессиональных компетенций;
- контроль уровня подготовки обучающихся (по всему спектру дисциплин учебного плана, включая фундаментальные);
- демонстрация навыков публичной дискуссии и защиты научно-технических идей и проектов.

Время защиты одного обучающегося не должно превышать 30 минут, из которых на сообщение о содержании работы отводится не более 10 минут. Предлагается следующая процедура защиты:

- сообщение секретаря ГЭК о теме работы, обучающемся (ФИО, группа) и руководителе работы (ФИО);
- доклад автора о содержании работы и основных результатах (может сопровождаться презентацией и/или плакатами);
- вопросы членов ГЭК, присутствующих преподавателей и ответы на вопросы (всего до 10 минут);
- представление отзыва руководителя выпускной квалификационной работы и рецензии;
- дискуссия, в которой могут принимать участие все присутствующие.

Защита проводится в присутствии всех желающих. Рекомендуются присутствие на защите руководителя выпускной квалификационной работы.

Выпускник может использовать на защите наглядные печатные материалы (таблицы, диаграммы, графики, схемы и т.д.). В этом случае необходимо подготовить не менее 5 комплектов материалов и раздать их перед началом защиты своей работы каждому члену ГЭК. Выпускающая кафедра обеспечивает обучающихся средствами ЭВТ, необходимыми на защите выпускных квалификационных работ.

Окончательное решение по докладу и результатам работы члены ГЭК выносят на закрытом заседании с указанием оценки и принятием рекомендаций по возможности и целесообразности продолжения обучения на следующей ступени образования. По предложению ГЭК на закрытом заседании может присутствовать руководитель выпускной квалификационной работы.

При объявлении результатов председатель ГЭК сообщает обучающимся решение комиссии, включая оценки за работу и рекомендации.

Реферат и учетная карточка выпускной квалификационной работы (формат PDF) хранятся в научной библиотеке ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова». Полный текст ВКР (пояснительная записка, приложения, демонстрационные материалы) в электронной форме (формат PDF) хранится на выпускающей кафедре.

7.4. Критерии выставления оценки за работу

Предлагается оценивать следующие аспекты работы:

- соответствие требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки;
- текстовый и иллюстративный материал;
- доклад, обоснование методов, результаты и самостоятельность выполнения;
- ответы на вопросы.

Выпускная квалификационная работа обучающегося оценивается выставлением одной из оценок «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» – представленные на защиту иллюстративный и текстовый материалы выполнены в соответствии с нормативными документами и согласуются с требованиями, предъявляемыми к уровню подготовки магистра по направлению обучения. Защита проведена выпускником грамотно с четким изложением содержания ВКР и достаточным обоснованием самостоятельности ее выполнения. Ответы на вопросы членов ГЭК даны в полном объеме. Выпускник в процессе защиты показал высокую подготовку к профессиональной деятельности. Отзыв руководителя положительный. Рецензия от внешнего рецензента, являющегося высококвалифицированным, ведущим специалистом в данной области, либо обладающего соответствующей степенью или званием, положительная.

Оценка «хорошо» – представленные на защиту иллюстративный и текстовый материалы выполнены в соответствии с нормативными документами, но имеют место незначительные отклонения от существующих требований. Защита проведена грамотно, с достаточным обоснованием самостоятельности разработки ВКР, но с неточностями в изложении отдельных положений ее содержания. Ответы на некоторые вопросы членов ГЭК даны в неполном объеме. Выпускник в процессе защиты показал хорошую подготовку к профессиональной деятельности, содержание работы и ее защита согласуются с требованиями, предъявляемыми к уровню подготовки магистра по направлению. Отзыв руководителя положительный. Рецензия от внешнего рецензента, являющегося высококвалифицированным, ведущим специалистом в данной области, либо обладающего соответствующей степенью или званием, положительная.

Оценка «удовлетворительно» – представленные на защиту иллюстративный и текстовый материалы в целом выполнены в соответствии с нормативными документами, но имеют место отступления от существующих требований. Защита проведена выпускником с обоснованием самостоятельности выполнения ВКР, но с недочетами в изложении ее содержания. На отдельные вопросы членов ГЭК ответы не даны. Выпускник в процессе защиты показал достаточную подготовку к профессиональной деятельности, но при защите работы отмечены отдельные отступления от требований, предъявляемых к уровню подготовки магистра по направлению. Рецензия от внешнего рецензента, являющегося высококвалифицированным, ведущим специалистом в данной области, либо обладающего

соответствующей степенью или званием, отрицательная.

Оценка «неудовлетворительно» – представленные на защиту иллюстративный и текстовый материалы в целом выполнены в соответствии с нормативными документами, но имеют место нарушения существующих требований. Защита проведена выпускником на низком уровне с ограниченным изложением содержания ВКР и с неубедительным обоснованием самостоятельности ее выполнения. На большую часть вопросов, заданных членами ГЭК, ответов не поступило. Проявлена недостаточная профессиональная подготовка. В отзыве руководителя имеются замечания. Рецензия от внешнего рецензента, являющегося высококвалифицированным, ведущим специалистом в данной области, либо обладающего соответствующей степенью или званием, отрицательная.

8. ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКЗАМЕН

8.1. Форма и число экзаменов

ГЭ по содержанию реализуется в виде междисциплинарного экзамена по направлению и предполагает, что ответ на каждый вопрос требует знаний различных дисциплин. Данный вид экзамена наряду с оценкой уровня усвоения содержания отдельных профильных дисциплин оценивает также знания, навыки и профессиональные компетенции, вытекающие из общих требований к уровню подготовки выпускника, предусмотренных федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки.

8.2. Перечень дисциплин, выносимых на государственный экзамен:

Полный перечень дисциплин, включенных в программу государственного экзамена, приводится в Программе ГЭ (Приложение 3).

8.3. Сроки выдачи вопросов и подготовки к государственному экзамену

Не менее чем за 6 месяцев до начала государственной итоговой аттестации выпускающая кафедра обновляет Программу государственного экзамена и утверждает начальником Управления магистратуры, аспирантуры и докторантуры. Программа государственного экзамена доводится до сведения обучающихся не позднее, чем за 6 месяцев до начала государственной итоговой аттестации.

8.4. Форма и процедура проведения государственного экзамена

Государственный экзамен проводится в устной форме. В каждом билете содержится количество вопросов, заранее определенное решением выпускающей кафедры. Время на подготовку также определяется решением выпускающей кафедры.

Решение о выставляемых оценках принимается государственной экзаменационной комиссией на закрытом заседании по результатам голосования простым большинством голосов. При равном числе голосов председательствующий обладает правом решающего голоса. Решение, принятое комиссией, оформляется протоколом и объявляется обучающимся в день проведения экзамена.

8.5. Критерии оценивания

Экзаменационная работа обучающегося оценивается выставлением одной из оценок «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся строит ответ логично в соответствии с планом, демонстрирует максимально глубокое знание профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий. Устанавливает содержательные межпредметные связи. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры, делает содержательные выводы. Демонстрирует знание специальной литературы в рамках учебно-методического комплекса и дополнительных источников информации. На все вопросы даны ответы более чем на 80%.

Оценка «хорошо» ставится за развернутый, полный, с незначительными ошибками или одной существенной ошибкой устный ответ, в котором выдерживается план сообщения основного материала. В ответе представлены различные подходы к проблеме, но их обоснование недостаточно полно. Устанавливает содержательные межпредметные связи. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры, однако наблюдается некоторая непоследовательность анализа. Выводы правильны. Речь грамотна, используется профессиональная лексика. Демонстрирует знание специальной литературы в рамках учебно-методического комплекса и дополнительных источников информации. На все вопросы даны ответы более чем на 60%.

Оценка «удовлетворительно» ставится за устный развернутый ответ, содержащий сообщение основного материала при двух-трех существенных фактических ошибках. Обучающийся демонстрирует слабость в развернутом раскрытии профессиональных понятий. Выдвигаемые положения декларируются, но недостаточно аргументируются. Ответ носит преимущественно теоретический характер, примеры отсутствуют. Вопросы раскрыты менее чем на 60% или нет ответа на 1 вопрос.

Оценка «неудовлетворительно» ставится при условии недостаточного раскрытия профессиональных понятий, категорий, концепций, теорий. Обучающийся проявляет стремление подменить научное обоснование проблем рассуждениями обыденно-повседневного бытового характера. Ответ содержит ряд серьезных неточностей. Выводы поверхностны. Нет ответов более чем на 1 вопрос или материал раскрыт в объеме менее 40%.

8.6. Требования к материалам, представляемым к государственному экзамену

К государственному экзамену обучающиеся обеспечиваются:

- программой государственного экзамена, содержащей перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен и список рекомендуемой литературы по каждой дисциплине;
- билетами, составленными на основе перечня вопросов, выносимых на государственный экзамен;
- листами бумаги для подготовки к ответу.

В случае необходимости решением выпускающей кафедры обучающемуся могут быть предоставлены средства электронно-вычислительной техники.

Приложение 1. Примерные темы ВКР
Примерные темы выпускных квалификационных работ
выпускников по образовательной программе магистратуры
«Сервисная экономика: национальные и международные рынки»
38.04.01 «Экономика»

Кафедра «Экономика, технология и управление коммерческой деятельностью»

1. Исследование форм организации интернет-торговли современного сервисного предприятия.
2. Исследование соответствия построения модели услуги предпочтениям потребителей и требованиям рынка.
3. Исследование и совершенствование методики формирования бренда (фирмы, товара, территории).
4. Анализ факторов конкурентоспособности субъектов рынка сервиса.
5. Исследование организации и управления продажами телекоммуникационных услуг на рынке города.
6. Исследование маркетингового инструментария формирования конкурентных стратегий
7. Исследование методов отображения пространственного распределения спроса по территории города
8. Исследование и совершенствование ценовых стратегий на рынке услуг г. Ижевска
9. Исследование потребительских предпочтений на рынке консалтинговых услуг.
10. Исследование возможностей сетевой организации элементов системы продвижения продукта
11. Разработка дифференцированной маркетинговой стратегии на основе оценки и категорирования клиентской базы.
12. Исследование возможностей повышения конкурентоспособности сервисных услуг.
13. Формирование системы измерения удовлетворенности клиентов в российских компаниях сферы услуг
14. Формирование и развитие социального маркетинга на рынке театрально-зрелищных услуг
15. Технология маркетинговых исследований конъюнктуры регионального рынка услуг
16. Формирование и развитие отношений клиентоориентированной компании
17. Управление знаниями на разных этапах жизненного цикла организации
18. Формирование системы оценки удовлетворенности персонала вуза
19. Управление конкурентоспособностью территориальных образовательных систем высшей школы на основе интегрального подхода
20. Реализация концепции устойчивого развития компании на основе проектно-портфельной методологии
21. Оценка интегральной эффективности портфеля инвестиционных проектов для компании розничной торговли
22. Управление портфелем проектов запуска новых продуктов в компании на рынке товаров повседневного спроса

Приложение 2. Титульный лист ВКР магистра
МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова»
(ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова»)

К защите
Руководитель направления
_____ (И.О. Фамилия)
« ____ » _____ 20 ____ г.

ФАМИЛИЯ, ИМЯ, ОТЧЕСТВО МАГИСТРАНТА

НАЗВАНИЕ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

ШИФР И НАИМЕНОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЯ МАГИСТРАТУРЫ

ШИФР И НАИМЕНОВАНИЕ МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА МАГИСТРА

Магистрант

Научный руководитель
_____ (И.О. Фамилия)

Научный консультант (при необходимости)
_____ (И.О. Фамилия)

Руководитель программы
_____ (И.О. Фамилия)

Ижевск 20 ____

Приложение 3. Программа ГЭ

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова»
(ФГБОУ ВО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова»)

УТВЕРЖДАЮ

Начальник УМАД

_____ С.А.Шиляев

«__» _____ 20__ г.

П Р О Г Р А М М А
государственного экзамена
по направлению **38.04.01 «Экономика»**
программа **«Сервисная экономика: национальные и международные рынки»**
на ____ / ____ учебный год

Ижевск, 2017

Кафедра Экономика , технология и управление коммерческой деятельностью
Полное наименование кафедры, представляющей программу практики

Составитель Соколова Надежда Геннадьевна, док. эконом. наук, доцент
Ф.И.О.(полностью), степень, звание

Программа практики составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования и утверждена на заседании кафедры

Протокол от _____ 20__ г. № _____

Заведующий кафедрой _____ Г.Е. Калинкина
«__» _____ 20__ г.

СОГЛАСОВАНО

Председатель учебно-методической комиссии
по образовательной программе 38.04.01 "Экономика",
"Сервисная экономика:
национальные и международные рынки" _____ Н.Г. Соколова
_____ 201 г.

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

Программа государственного экзамена включает ключевые и практически значимые вопросы по комплексу дисциплин магистерской подготовки по программе «Сервисная экономика: национальные и международные рынки».

Государственный экзамен является заключительным этапом подготовки магистров и проводится с целью оценки теоретических знаний и проверки подготовленности выпускника магистратуры к профессиональной деятельности.

Обучающийся должен подтвердить знания фундаментальных основ базовых дисциплин программы:

1. «Моделирование и оптимизация процессов и систем сервиса»,
2. «Маркетинговые исследования и анализ рынков услуг»,
3. «Экономическая оценка эффекта проектов и решений в сфере сервиса»,
4. «Стратегический и операционный маркетинг организаций сервиса».

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

1. «Моделирование и оптимизация процессов и систем сервиса»

1.1. Наименование тем дисциплины, выносимых на ГЭ

Деятельность предприятий сервиса. Организация и управление процессом производства. Основы организации обслуживания. Услуги, контроль качества. Планирование деятельности предприятий сервиса. Планирование потребности в персонале и средствах на оплату труда. Организация производственной инфраструктура предприятий сферы сервиса.

1.2. Экзаменационные вопросы

1. Отраслевая структура сервисной сферы.
2. Ценовые стратегии предприятий сервиса.
3. Сущность и роль предпринимательства в рыночной экономике России.
4. Формы и виды государственной поддержки предпринимательства в России.
5. Финансовая политика на предприятиях сервиса.
6. Финансовый план предприятия сферы сервиса.
7. Доходы и расходы предприятия - оценка финансового состояния.
8. Финансовый план предприятия сферы сервиса.
9. Организационно-правовые формы сервисной деятельности.
10. Место и роль налогов и обязательных платежей в процессе формирования предприятия. Прямые и косвенные налоги в сервисной деятельности
11. Современные тенденции развития предприятий средств размещения.
12. Основные показатели эффективности функционирования предприятий социально-культурного сервиса.
13. Показатели эффективности использования основных средств, физический и моральный износ.
14. Принципы и методы планирования предприятий сервиса.
15. Состав и структура оборотных производственных фондов в сервисе.
16. Основные разделы и показатели бизнес-плана предприятия.

17. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов в сервисе.
18. Концентрация производства и размеры предприятия в сервисной сфере.
19. Кадровая политика на предприятии сервиса.
20. Реорганизация и ликвидация предприятий.
21. Сдельные и повременные системы оплаты труда в сервисе.
22. Предпринимательские риски в сервисной деятельности.
23. Рентабельность производства и предприятия сервиса.
24. Факторы, влияющие на развитие предпринимательства в России.
25. Ценовые стратегии предприятия сервиса.
26. Правовое регулирование сервисной деятельности.
27. Конкуренция в сфере сервиса. Стратегия поведения фирмы в условиях конкуренции.
28. Виды предпринимательства и принципы организации.
29. Внешняя и внутренняя среда предприятия сервиса.
30. Анализ состояния и тенденций развития предприятий сервиса в России.
31. Понятие и структура производственного процесса.
32. Порядок регистрации предприятия сферы сервиса
33. Типы и методы организации выполнения услуг.
34. Принципы рационального размещения предприятий сферы сервиса.
35. Системы «плавающих окладов» для оплаты труда руководителей и специалистов предприятий.
36. Классификация планов предприятия по временному фактору.
37. Организация и управление процессом выполнения услуг.
38. Характеристики оценки качества труда.
39. Какие формы обслуживания используются на предприятиях сферы сервиса.
40. Структура текущего плана предприятия сферы услуг.
41. Понятие планирования деятельности в рыночных условиях. Цели и задачи планирования.
42. Цели и задачи плана маркетинга.
43. Организация контроля качества услуг и продукции.
44. Показатели анализа конкуренции на рынке товаров и услуг.
45. Методы расчета производственной мощности предприятия сферы сервиса.
46. Классификация издержек на выполнение услуг.
47. Содержание и структура финансового планирования на предприятии сферы сервиса.
48. Классификация инвестиций и их роль в развитии предприятий сферы сервиса.
49. Классификация услуг и требования к их качеству. Сертификация услуг.
50. Пути формирования прибыли предприятия сферы сервиса и ее распределение.

1.3. Список литературы для подготовки

1. Мальшина Н.А. Человек и его потребности [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ Мальшина Н.А.— Электрон. Текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2014.— 160 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22394>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
2. Басовский, Л. Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка : учебное пособие для вузов . – М. : Инфра-М, 2013. - 258 с.
3. Яковлев, Г. А. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие для вузов / Яковлев, Г. А. - 2-е изд. – М. : Инфра-М, 2013. - 311 с.
4. Шиповская, Л. П. Человек и его потребности: учебное пособие для вузов. - Москва : Альфа-М : Инфра-М, 2013. – 431 с.
5. Интеллектуальные методы управления конкурентоспособностью объектов розничной торговли / И. В. Абрамов [и др.]. - Ижевск : Изд-во ИжГТУ, 2013. - 170 с.

6. Иванов, Г. Г. Управление торговой организацией : учебник для вузов / Иванов, Г. Г., Лебедева, И. С., Панкина, Т. В. – М.: ИД "Форум" : Инфра-М, 2013. - 366 с.
7. Валеева Е.О. Этика и культура управления в социально-культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс]/ Валеева Е.О.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2015.— 142 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/31938>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
8. Журавлева Т.Ю. Технологии электронных продаж [Электронный ресурс]/ Журавлева Т.Ю.— Электрон. Текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2015.— 50 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
9. Овчаренко Н.П. Организация гостиничного дела [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ Овчаренко Н.П., Руденко Л.Л., Барашок И.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 204 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
10. Романович Ж.А. Сервисная деятельность [Электронный ресурс]: учебник/ Романович Ж.А., Калачев С.Л.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 284 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>

2. «Маркетинговые исследования и анализ рынков услуг»

2.1. Наименование тем дисциплины, выносимых на ГЭ

Цели, задачи маркетинговых исследований, их место в управленческой деятельности.
Методика маркетинговых исследований отраслевых рынков.
Структура и характеристики отраслевых рынков.
Особенности анализа отраслевых рынков.

2.2. Экзаменационные вопросы

1. Понятие, сущность, цели и задачи маркетингового исследования.
2. Информация в маркетинговых исследованиях. Необходимость систематического сбора информации для организации.
3. Информация в маркетинговых исследованиях. Требования к информации. Виды информации.
4. Маркетинговая информационная система. Концепция функционирования, информационные потоки, модели.
5. Полевые и кабинетные исследования. Проводимые на постоянной и временной основе. Цели их применения и отличительные особенности. Краткая характеристика входящих методов.
6. Методы сбора первичной информации, их отличительные особенности и цели использования.
7. Основные направления маркетингового исследования, их значение для фирмы.
8. Процесс маркетинговых исследований. План маркетинговых исследований. Понятие, сущность, необходимость разработки для предприятия.
9. Определение проблемы. Симптомы проблемы. Возможные причины появления проблемы и постановка гипотез. Определение объектов и предметов исследования.
10. Формулирование целей маркетинговых исследований. Основная цель и ее декомпозиция по направлениям. Выбор методов сбора информации.
11. Виды исследований в зависимости от глубины исследования и в зависимости от охвата совокупности.
12. Этические проблемы маркетинговых исследований.

13. Общенаучные методы получения данных: системный анализ, комплексный подход, программно-целевое планирование. Применение данных методов в маркетинговых исследованиях.
14. Многомерный анализ. Задачи маркетинга, для решения которых используется многомерное шкалирование.
15. Использование многомерного анализа. Построение шкал в анкетах и их обработка при использовании многомерного анализа.
16. Корреляционный анализ. Задачи маркетинга, решаемые с помощью корреляционного анализа и построение вопросов в анкете для данного анализа.
17. Регрессионный анализ. Случаи использования регрессионного анализа в маркетинговых исследованиях. Коэффициент регрессии. Диаграммы рассеяния и их интерпретация.
18. Имитационные методы: метод деловых игр, метод функционально-стоимостного анализа, экономико-математическое моделирование. Сущность методов, цели их использования.
19. Типы шкал по Стивенсону: особенности получаемых данных.
20. Методы сравнительного шкалирования: особенности получаемых данных.
21. Методы несравнительного шкалирования: особенности получаемых данных.
22. Генеральная совокупность и выборка. Расчет выборки. Понятие структуры выборки и виды структур.
23. Программа маркетингового исследования. Сетевой график.
24. Бюджет исследования. Стоимость исследования и трудоемкость работ.
25. Массовый опрос и его организация. Виды опроса, их преимущества, недостатки, цели использования, особенности организации.
26. Панельные исследования. Особенности, преимущества и недостатки.
27. Анкета. Виды вопросов, правила расположения вопросов. Требования к оформлению.
28. Качественные методы исследования.
29. Фокус-группа и его организация. Цели применения, требования к формированию фокус-групп, методы проведения.
30. Наблюдение и его организация. Виды и технология наблюдения, обеспечение репрезентативности.
31. Опрос экспертов и его организация. Виды, методы проведения, обеспечение репрезентативности данных.
32. Эксперимент и его организация. Цели применения, виды, характеристики. Формирование групп.
33. Экономический анализ вторичных документов. Характеристика методов, цели применения.
34. Неформализованные и формализованные методы кабинетных исследований.
35. Контент-анализ: характеристики, категории и единицы. Цели применения в маркетинговых исследованиях в ПР.

2.3. Список литературы для подготовки

1. Соколова Н.Г. Основы маркетинговых исследований: практикум. учебное пособие/ Соколова Н.Г., Титова О.В., Груздева Т.В. – Ижевск: Издательство ИжГТУ, 2017. – 404 с.
2. [Секерин, В. Д.](#) Основы маркетинга: учебное пособие для вузов / В. Д. Секерин. - Москва : Кнорус, 2013. - 231с.
3. Бронникова, Т. С. Маркетинг : теория, методика, практика : учебное пособие для вузов / Т. С. Бронникова. - Москва : Кнорус, 2013. - 207 с.
4. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования : учебное пособие для вузов / Н. Г. Каменева, В. А. Поляков. - 2-е изд., доп. - Москва : Вузовский учебник : Инфра-М, 2012.

5. Моосмюллер, Г. Маркетинговые исследования с SPSS : учебное пособие для вузов / Г. Моосмюллер, Н. Н. Ребик. - 2-е изд. - Москва : ИНФРА-М, 2012.
6. [Ламбен, Ж. Ж.](#) Менеджмент, ориентированный на рынок: учебник [для вузов] / Жан-Жак Ламбен, Рубен Чумпитас Изабель Шулинг ; пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. - 2-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2012. - 718с.
7. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебник/ Мазилкина Е.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 300 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
8. Шабашова Л.А. Маркетинг промышленного предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шабашова Л.А.— Электрон. текстовые данные.— Симферополь: Университет экономики и управления, 2016.— 154 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
9. Соколова Н.Г. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: практикум/ Соколова Н.Г.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 266 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
10. Родионова Н.В. Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности. [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов/ Родионова Н.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 415 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
11. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование. Информация, анализ, прогноз [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Беляевский И.К.— Электрон. текстовые данные.— М.: Финансы и статистика, 2014.— 320 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
12. Лебедева Н.А. Конкурентный анализ в бизнесе [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Лебедева Н.А.— Электрон. текстовые данные.— Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014.— 107 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>

3. «Экономическая оценка эффекта проектов и решений в сфере сервиса»

3.1. Наименование тем дисциплины, выносимых на ГЭ

Новшество и инновация. Инновационный процесс
 Эффект, эффективность и затраты при внедрении коммерческих инноваций
 Основы финансовой математики
 Денежные потоки в коммерческих процессах
 Оценка общей экономической эффективности инноваций.
 Оценка сравнительной экономической эффективности инноваций в сфере сервиса.

3.2. Экзаменационные вопросы

1. Понятие новшества, нововведения, инновации. Свойства инновации.
2. Классификация инноваций. Понятие и виды инновационного процесса.
3. Инвестиция. Инвестиционный проект. Инвестиционный процесс.
4. Формы инвестиций. Виды инвестиций.
5. Источники инвестиций. Понятие и виды эффективности.
6. Понятие и виды эффекта. Виды затрат на инновации.
7. Ставка: понятие, виды. Процессы наращивания и дисконтирования.
8. Простой и сложный проценты. Внутригодовые процентные начисления.
9. Начисление процентов за дробное число лет. Эффективная годовая процентная ставка.
10. Денежный поток: понятие и виды.

11. Прямая и обратная задачи оценки потока пренумерандо. Прямая и обратная задачи оценки потока постнумерандо.
12. Понятие и оценка аннуитетов. Метод депозитной книжки.
13. Показатели оценки общей экономической эффективности при простом товарном инновационном процессе (интегральный эффект, коэффициент эффективности инвестиций).
14. Показатели оценки общей экономической эффективности при простом товарном инновационном процессе (индекс рентабельности, норма рентабельности, срок окупаемости).
15. Оценка коммерческих проектов различной продолжительности.
16. Оценка сравнительной экономической эффективности (простой натуральный инновационный процесс). Расчет годового экономического эффекта. Понятие и расчет приведенных затрат.
17. Приведение вариантов инновационных решений в сопоставимый вид по объемному и временному факторам.
18. Приведение вариантов инновационных решений в сопоставимый вид по качественному фактору (расчет ущерба).
19. Приведение вариантов инновационных решений в сопоставимый вид по качественному фактору (расчет коэффициента эквивалентности).
20. Выбор оптимального инновационного решения из ряда альтернативных.

3.3. Список литературы для подготовки

1. Трубочкина, М. И. Управление затратами предприятия : учебное пособие для вузов . – М. : Инфра-М, 2013. - 317 с.
2. Экономика инноваций : учебник для вузов / А. И. Базилевич [и др.] ; под ред.: В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. – М. : Вузовский учебник : Инфра-М, 2013. - 335 с.
3. Басовский, Л. Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка : учебное пособие для вузов . – М. : Инфра-М, 2013. - 258 с.
4. Волков, О. И. Экономика предприятия : учебное пособие для вузов. – М.: ИНФРА-М, 2013. - 262с.
5. Казакова, Н. А. Управленческий анализ и диагностика предпринимательской деятельности : учебное пособие для бакалавров и магистров. – М.: Финансы и статистика : ИНФРА-М, 2012. - 492 с.
6. Управление инновационными проектами : учебное пособие для вузов / Попов, В. Л. – М.: Инфра-М, 2012. - 334 с.
7. Магомедов, А. М. Экономика фирмы : учебник для вузов. – М.: Вузовский учебник : Инфра-М, 2012. - 431 с.
8. Экономика предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Е.М. Белый [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Русайнс, 2015.— 172 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
9. Баскакова О.В. Экономика предприятия (организации) [Электронный ресурс]: учебник/ Баскакова О.В., Сейко Л.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 370 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
10. Головачев А.С. Экономика организации (предприятия) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Головачев А.С.— Электрон. текстовые данные.— Минск: Вышэйшая школа, 2015.— 688 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
11. Фридман А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества [Электронный ресурс]: учебник/ Фридман А.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 656 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
12. Гнат Е.В. Современные механизмы регулирования инвестиционной деятельности. На примере развития курортов [Электронный ресурс]/ Гнат Е.В., Гварлиани Н.Х., Палат-

кин А.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Финансы и статистика, 2014.— 344 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>

13. Самарина М.В. Калькулирование себестоимости санаторно-курортных услуг [Электронный ресурс]/ Самарина М.В.— Электрон. Текстовые данные.— М.: Финансы и статистика, 2014.— 160 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>

14. Грицай М.А. Экономика гостиничного предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Грицай М.А.— Электрон. Текстовые данные.— Омск: Омский государственный институт сервиса, 2014.— 118 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>

15. Янова П.Г. Комплексный экономический анализ [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс/ Янова П.Г.— Электрон. Текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2013.— 305 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>

4. «Стратегический и операционный маркетинг организаций сервиса»

4.1. Наименование тем дисциплины, выносимых на ГЭ

Изменение роли маркетинга.

Исследование поведения покупателя.

Развитие стратегии ориентированной на рынок.

Ориентация на рынок при принятии управленческих решений: о выпуске новых товаров, о каналах сбыта, о ценообразовании, о коммуникациях.

4.2. Экзаменационные вопросы

1. Маркетинг. Определение маркетинга. Актуальность маркетинга в современном мире и его распространение. Цели маркетинговой деятельности и основные принципы, функции маркетинга. Основные понятия, лежащие в основе маркетинга.
2. Нужды, потребности и спрос. Определения. Основные состояния спроса и задачи маркетинга, соответствующие этим состояниям.
3. Управление маркетингом. Определение. Этапы процесса управления маркетингом. Основные концепции управления маркетингом.
4. Массовый, товарно-дифференцированный и целевой маркетинг. Целевой маркетинг и его основные мероприятия: последовательность и содержание.
5. Сегментирование рынка. Рыночный сегмент. Рыночная ниша. Определение признаков сегментирования рынка. Критерии оценки привлекательности сегмента. Составление профилей полученных сегментов.
6. Выбор целевых сегментов рынка. Пять вариантов выбора целевых рынков (пять способов охвата рынка). Стратегии охвата рынка: недифференцированный, дифференцированный и концентрированный маркетинг.
7. Позиционирование товара на рынке. Выбор атрибутов позиционирования. Схемы (карты) позиционирования товара, потребительских предпочтений и сводная карта позиционирования.
8. Разработка комплекса маркетинга. Понятие комплекса маркетинга, основные элементы комплекса маркетинга. Краткая характеристика элементов комплекса маркетинга.
9. Маркетинговая среда предприятия. Основные факторы макро- и микросреды предприятия.
10. Микросреда функционирования предприятия: факторы среды непосредственных контактов и внутренней среды предприятия. Состав и особенности.
11. Макросреда функционирования предприятия. Факторы макросреды. Состав и некоторые особенности.
12. Роль конкуренции на рынке. Основные виды конкуренции. Типы конкурентов. Их определение, особенности, примеры.

13. Потребительский рынок: понятия покупатель и потребитель. Модель поведения покупателя. Характеристики покупателя. Процесс принятия решений о покупке.
14. Система маркетинговой информации (СМИ). Актуальность формирования и цели функционирования СМИ. Содержание подсистем СМИ.
15. Маркетинговые исследования. Цель и этапы процедуры маркетинговых исследований. Способы организации маркетинговых исследований. Классификация маркетинговых исследований.
16. Маркетинговая информация: виды информации и методы сбора маркетинговой информации. Кабинетные и полевые исследования.
17. Опрос как метод сбора первичной информации: цели, формы опроса по виду преследуемой цели, по типу опрашиваемого субъекта, по степени стандартизации, по способу сбора данных, по виду используемых коммуникаций и т.д. Основные достоинства и недостатки.
18. Метод фокус-группы: цели, особенности организации, основные и вспомогательные инструменты, достоинства и недостатки.
19. Массовые потребительские опросы: цели, основные и вспомогательные инструменты. Виды исследуемых совокупностей. Анкета.
20. Наблюдение как метод сбора первичной информации: цели, формы процесса наблюдения, достоинства и недостатки.
21. Эксперимент как метод сбора первичной информации: цели, формы процесса наблюдения, достоинства и недостатки.
22. Товар и товарная единица. Трехуровневое понимание товара. Основные виды классификации товаров.
23. Жизненный цикл товара. Виды жизненных циклов товара. Этапы жизненного цикла товара и их характеристика. Методы управления жизненным циклом товара.
24. Товар-новинка. Уровни рассмотрения новизны товаров. Методы приобретения и этапы разработки новых товаров.
25. Товарный знак. Определение, функции и типы обозначения товарного знака. Решения относительно марочного обозначения.
26. Упаковка и маркировка товара. Виды упаковки. Задачи, решаемые упаковкой товара и его маркировкой.
27. Номенклатура и ассортимент товаров. Понятия широты, глубины, насыщенности и сопоставимости товарной номенклатуры и ассортимента. Методы анализа ассортимента.
28. Сервисное обслуживание. Виды сервисного обслуживания. Формы организации сервисного обслуживания.
29. Конкурентоспособность товара. Группы параметров, характеризующих конкурентоспособность товара. Уровни понятия «качества». Единичные, групповые и интегральные показатели конкурентоспособности товара.
30. Понятие цены в маркетинге. Виды цен и особенности их применения. Структура цены.
31. Задачи ценовой политики и пути их решения. Этапы процесса ценообразования. Методы ценообразования. Формы гибкой ценовой позиции.
32. Распределение как элемент комплекса маркетинга. Достоинства и недостатки присутствия посредников на рынке. Канал распределения: понятие, функции, структура и типы каналов распределения. Широта канала распределения и 3 вида стратегий распределения.
33. Участники канала распределения: характер отношений между участниками канала распределения, традиционные каналы распределения, вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы. Типы посредников.
34. Задачи сбытовой политики и пути их решения: декомпозиция цели сбытовой политики, последовательность разработки и формирования сбытового канала и процесса товародвижения. Понятие маркетинговой логистики.

35. Коммуникации в маркетинге, их роль и значимость. Понятие системы маркетинговых коммуникаций: субъекты, инструменты и информационные связи в системе маркетинговых коммуникаций. ФОСТИС.
36. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций: определение, основные характеристики, решаемые задачи. Средства рекламы: определение, классификация и перечень, их достоинства и недостатки.
37. Стимулирование сбыта в системе маркетинговых коммуникаций: определение, основные характеристики, решаемые задачи, средства стимулирования сбыта, формы классификации средств стимулирования сбыта.
38. Персональные продажи в системе маркетинговых коммуникаций: определение, основные характеристики и связь с прямым маркетингом, решаемые задачи, приемы персональных продаж.
39. Отношения с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций: определение, основные характеристики, решаемые задачи, приемы ПР и основные отличия ПР от рекламы.
40. Цели и задачи коммуникационной политики. Понятие коммуникационной программы в области рекламы, ПР, персональных продаж и стимулировании сбыта. Экономические и неэкономические цели продвижения. Структура продвижения и факторы ее определяющие. Методы определения бюджета продвижения.
41. Организация маркетинговой деятельности. Маркетинг, как деятельность, определяющая стратегию функционирования предприятия. Возможные варианты развития отечественных маркетинговых структур. Интегрированный маркетинг.
42. Функция маркетинга. Содержание аналитической, производственной функций и функций разработки комплекса маркетинга, управления и контроля. Организационная структура отдела маркетинга и 4 ее ориентации: условия организации, достоинства и недостатки.
43. Стратегическое управление и маркетинг. Выгоды от формального планирования. Стратегическое планирование и его этапы: видение, миссия, цель организации, анализ хозяйственного портфеля и выбор стратегии роста. Планирование маркетинга: составляющие плана маркетинга.
44. Матрица «Скорость роста рынка – рыночная доля» (БКГ) – инструмент анализа хозяйственного портфеля предприятия. Типы товаров и предлагаемые стратегии маркетинга.
45. Основные направления возможностей стратегического роста предприятия. Интенсивный, интеграционный и диверсификационный рост. Матрица «Продукт - рынок» И. Ансоффа.

4.3. Список литературы для подготовки

1. Основы маркетинговых исследований: практикум. Учебное пособие/ сост. Соколова Н.Г., Титова О.В., Груздева Т.В. – Ижевск: Издательство ИЖГТУ, 2017.
2. [Секерин, В. Д.](#) Основы маркетинга: учебное пособие для вузов / В. Д. Секерин. - Москва : Кнорус, 2013. - 231с.
3. Бронникова, Т. С. Маркетинг : теория, методика, практика : учебное пособие для вузов / Т. С. Бронникова. - Москва : Кнорус, 2013. - 207 с.
4. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования : учебное пособие для вузов / Н. Г. Каменева, В. А. Поляков. - 2-е изд., доп. - Москва : Вузовский учебник : Инфра-М, 2012.
5. Моосмюллер, Г. Маркетинговые исследования с SPSS : учебное пособие для вузов / Г. Моосмюллер, Н. Н. Ребик. - 2-е изд. - Москва : ИНФРА-М, 2012.
6. [Ламбен, Ж. Ж.](#) Менеджмент, ориентированный на рынок: учебник [для вузов] / Жан-Жак Ламбен, Рубен Чумпитас Изабель Шулинг ; пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. - 2-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2012. - 718с.

7. Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебник/ Мазилкина Е.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 300 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
8. Шабашова Л.А. Маркетинг промышленного предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шабашова Л.А.— Электрон. текстовые данные.— Симферополь: Университет экономики и управления, 2016.— 154 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
9. Соколова Н.Г. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: практикум/ Соколова Н.Г.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 266 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
10. Родионова Н.В. Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности. [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов/ Родионова Н.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 415 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
11. Стратегическое управление [Электронный ресурс]: учебник для магистров/ И.К. Ларионов [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 235 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
12. Костылева С.Ю. Экономический маркетинг [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Менеджмент»/ Костылева С.Ю.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2015.— 187 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
13. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование. Информация, анализ, прогноз [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Беляевский И.К.— Электрон. текстовые данные.— М.: Финансы и статистика, 2014.— 320 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
14. Лебедева Н.А. Конкурентный анализ в бизнесе [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Лебедева Н.А.— Электрон. текстовые данные.— Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014.— 107 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>