

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 29.06.2026 10:13:01

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Самарский государственный экономический университет»**

Институт маркетинга, логистики и сервиса

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом Университета

(протокол № 11 от 27 мая 2026 г.)

**ПРОГРАММА**  
**ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Наименование направления подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Образовательная программа: Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации

Квалификация (степень) выпускника - магистр

Самара 2026

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Самарский государственный экономический университет»**

Институт маркетинга, логистики и сервиса

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом Университета  
(протокол № 11 от 27 мая 2026 г. )

**АННОТАЦИЯ  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Наименование направления подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Образовательная программа: Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации

Квалификация (степень) выпускника - магистр

Самара 2026

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Самарский государственный экономический университет»**

Институт маркетинга, логистики и сервиса

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом Университета  
(протокол № 11 от 27 мая 2026 г. )

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Наименование направления подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Образовательная программа: Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации

Квалификация (степень) выпускника - магистр

Самара 2026

## **ОГЛАВЛЕНИЕ**

### **Общие положения**

- 1. Выпускная квалификационная работа**
- 2. Требования к ВКР**
- 3. Обязанности и ответственность руководителя ВКР**
- 4. Порядок рецензирования**
- 5. Допуск к защите ВКР**
- 6. Защита ВКР**
- 7. Фонд оценочных средств**
- 8. Процедура апелляции по результатам государственных итоговых аттестационных испытаний**
- 9. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение государственной итоговой аттестации**

## **Общие положения**

Государственная итоговая аттестация (ГИА) обучающихся по направлению 38.04.02. «Менеджмент» программе «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите выпускной квалификационной работы и процедуру защиты выпускной квалификационной работы.

Уровень образования - магистратура.

Вид ВКР\_ Выпускная квалификационная работа

Объем ГИА в соответствии с требованиями ФГОС, рабочего учебного плана составляет 9 з.е.

### **1. Выпускная квалификационная работа**

#### **1.1. Порядок согласования и утверждения тем выпускной квалификационной работы**

Для направлений подготовки магистратуры - ВКР выполняется в форме магистерской диссертации (Положение о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в ФГАОУ ВО «СГЭУ»).

Важное значение для выполнения выпускной квалификационной работы имеет правильный выбор темы. Как правило, она должна совпадать с темой научно-исследовательской работой, выполняемой магистрантом в период обучения, то есть является её продолжением и углублением. Также, магистры могут выбрать тему выпускной квалификационной работы самостоятельно, руководствуясь потребностями предприятий и организаций, интересом к проблеме, личными предпочтениями, практическим опытом.

Темы выпускных квалификационных работ и руководители утверждаются приказом ректора ФГАОУ ВО СГЭУ и изменению не подлежат.

Выбор темы выпускной квалификационной работы магистрант обязан завершить до начала производственной практики (преддипломной). Если магистрант не выполнил это требование, заведующий назначает ему тему ВКР по собственному усмотрению.

#### **Примерный перечень тем ВКР**

1. Стратегии маркетинговых коммуникаций в условиях цифровизации экономики
2. Разработка маркетинговой стратегии выхода компании на внешние рынки
3. Стратегия повышения конкурентоспособности вуза на рынке образовательных услуг
4. Формирование системы интегрированных коммуникаций компании
5. Стратегия развития маркетинговых коммуникаций производственного предприятия
6. Актуальность традиционных методов продвижения в социальных сетях в эпоху нейросетей
7. Развитие стратегии продвижения компании
8. Совершенствование маркетинговой стратегии предприятия
9. Формирование стратегии привлечения клиентов
10. Развитие конкурентной стратегии предприятия
11. Маркетинговые технологии продвижения бренда на рынке услуг
12. Разработка маркетинговой стратегии IT-компаний нефтегазового и промышленного комплекса
13. Разработка стратегии интернет-маркетинга в сфере ресторанного бизнеса
14. Разработка и внедрение стратегии маркетинговых коммуникаций предприятия
15. Управление имиджем корпоративного бренда
16. Направления развития стратегий маркетинговых коммуникаций компании
17. Совершенствование имиджа предприятия
18. Совершенствование программы маркетинговых коммуникаций предприятия
19. Разработка стратегии интернет-маркетинга
20. Развитие стратегии интернет-продвижения строительной компании

21. Маркетинг в управлении затратами компании
22. Разработка стратегии поддержки бренда на основе цифрового маркетинга
23. Разработка стратегии развития бренда
24. Развитие стратегии маркетинга на рынке услуг страхования
25. Совершенствование стратегии интернет-маркетинга для цифровой торговой площадки
26. Стратегический анализ маркетинговой деятельности предприятия
27. Разработка стратегии ценовой политики предприятия сферы услуг
28. Разработка конкурентной стратегии предприятия на региональном рынке корпусной мебели
29. Разработка стратегии интернет-маркетинга
30. Развитие конкурентной стратегии предприятий
31. Разработка маркетинговой стратегии для повышения лояльности клиентов
32. Стратегия управления товарным ассортиментом предприятия
33. Формирование системы маркетинговых коммуникаций в интернет-среде
34. Совершенствование маркетинговой стратегии предприятия
35. Стратегические решения маркетинговой политики в индустрии гостеприимства
36. Разработка стратегии системы стимулирования продаж с помощью персональных предложений
37. Формирование бренда для бизнеса в игровой индустрии
38. Сенсорный маркетинг как инструмент повышения эффективности ресторанного бизнеса
39. Маркетинговая поддержка бренда в сфере дизайна интерьеров
40. Разработка стратегии продвижения услуг рекламного агентства в цифровой среде
41. Разработка стратегии маркетинговых коммуникаций компании на рынке B2B
42. Совершенствование имиджа компании в цифровой среде
43. Разработка стратегии продаж
44. Разработка и внедрение стратегии маркетинговых коммуникаций
45. Развитие конкурентной стратегии предприятия
46. Развитие конкурентной стратегии предприятия
47. Имидж компании как элемент маркетинговых коммуникаций
48. Разработка стратегии привлечения клиентов
49. Разработка маркетинговой стратегии выхода на внешние рынки
50. Разработка стратегии продвижения бренда
51. Разработка стратегии продвижения услуг бизнес-образования в интернет-пространстве
52. Стратегия развития розничной сети разливных напитков
53. Стратегия управления ассортиментным портфелем бренда

## **2. Требования к ВКР**

### **2.1 Объем выпускной квалификационной работы**

В соответствии с Распоряжением № 23-Р от 10.03.2016г. рекомендуемый объем выпускной квалификационной работы (ВКР) по образовательной программе магистратуры – 80 стр. Отклонение объема ВКР допускается в пределах 10%.

### **2.2 Структура ВКР:**

Титульный лист

Содержание

Введение

Основная часть (главы, разбитые на параграфы)

Заключение

Список использованных источников и литературы

Приложения (при наличии)

Титульный лист является первой страницей выпускной квалификационной работы.

Содержание размещают после титульного листа. Содержание включает в себя введение, наименование всех глав и параграфов, заключение, список использованных источников и литературы, приложения. Приложения не нумеруют.

Во введении должно быть описано: актуальность темы ВКР, цели и задачи исследования, методология, предмет и объект исследования, информационная (норма-тивно-правовая, эмпирическая) база исследования, теоретическая и практическая значимость исследования.

Основная часть включает главы: две и более.

Заключение должно содержать выводы по всем главам ВКР; содержать решение задач исследования, определенных во введении.

Список использованных источников и литературы должен содержать 40 – 50 источников. При этом не менее 80% со сроком издания не более 5-х лет до даты защиты ВКР; не менее 2-х источников на иностранном языке.

Приложения включают таблицы, схемы, графики большого формата. В тексте основной части должны быть ссылки на материалы, размещенные в Приложениях.

### **2.3 Требования к оформлению ВКР**

Выпускная квалификационная работа выполняется в редакторе Word.

Поля: сверху – 20 мм; снизу – 20 мм; справа – 15 мм; слева – 30 мм;

- шрифт – Times New Roman, кегль (размер шрифта) – 14;

- абзацный отступ - 1,25 см;

- междустрочный интервал – 1,5;

- автоматическое выравнивание текста по ширине, автоматический перенос по словам;

- в таблицах размер шрифта может быть уменьшен до 12, интервал 1,0.

Наименования структурных элементов ВКР служат заголовками.

**Заголовки** следует располагать в середине строки, без точки в конце и печатать прописными буквами, не подчеркивая.

Пример:

## **ГЛАВА 1 НАЗВАНИЕ ПЕРВОЙ ГЛАВЫ**

### **1.1 Название первого параграфа первой главы**

### **1.2 Название второго параграфа первой главы**

## **ГЛАВА 2 НАЗВАНИЕ ВТОРОЙ ГЛАВЫ (с новой страницы)**

### **2.1 Название первого параграфа второй главы**

**Нумерация** страниц ВКР ведется **арабскими цифрами**, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту ВКР. Номер страницы проставляют **в центре верхней части листа без точки**. Титульный лист и содержание включают в общую нумерацию страниц в ВКР, но номер страницы на них не проставляют. **Введение - это 3 страница ВКР.**

Главы, параграфы внутри главы, пункты и подпункты нумеруют арабскими цифрами и записывают с абзацного отступа. Главы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста.

Каждая глава размещается с новой страницы, параграфы разделяются одной пустой строкой. Номер параграфа включает номер главы и порядковый номер параграфа, разделенные точкой.

**Таблицы** применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Название таблицы должно содержать наименование и номер, отражать ее содержание, быть точным, кратким. Название размещают над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с номером через тире. Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Номер таблицы состоит из двух цифр, разделенных точкой: первая цифра - номер главы; вторая цифра – номер таблицы в данной главе. Таблицу следует располагать непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. Заголовки столбцов и строк таблицы следует писать с прописной буквы в единственном числе. В конце заголовков и подзаголовков точки не ставят. Границы таблицы (внутренние и внешние) обозначают одинарными линиями.

Пример:

Таблица 1.1 – Название таблицы

Заголовок	Заголовок 1		Заголовок 2	
	Подзаголовок 1 (Ед.изм.)	Подзаголовок 2 (Ед.изм.)	Подзаголовок 3 (Ед.изм.)	Подзаголовок 4 (Ед.изм.)
1	2	3	4	5

На все таблицы должны быть ссылки. При ссылке следует писать слово «Таблица» с указанием ее номера. Таблицу с большим числом строк допускается переносить на другую страницу. При переносе части таблицы на другую страницу пишут слова «Продолжение таблицы» и указывают номер таблицы.

Пример:

Продолжение таблицы 1.1

1	2	3	4	5

Большие таблицы выносят в приложение.

**Рисунки** – это любые иллюстрации (графики, схемы, фотографии, диаграммы, формы документов и т.п.).

В ВКР рисунки следует располагать непосредственно после абзаца, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице, если размеры не позволяют разместить рисунок после текста. Большие рисунки могут быть вынесены отдельно в приложение. Номер рисунка состоит из двух цифр, разделенных точкой: первая цифра - номер главы, вторая цифра – порядковый номер рисунка в данной главе. Номер и название рисунка пишутся под рисунком, выравниваются по центру, без абзацного отступа, без точки в конце названия.

Пример:

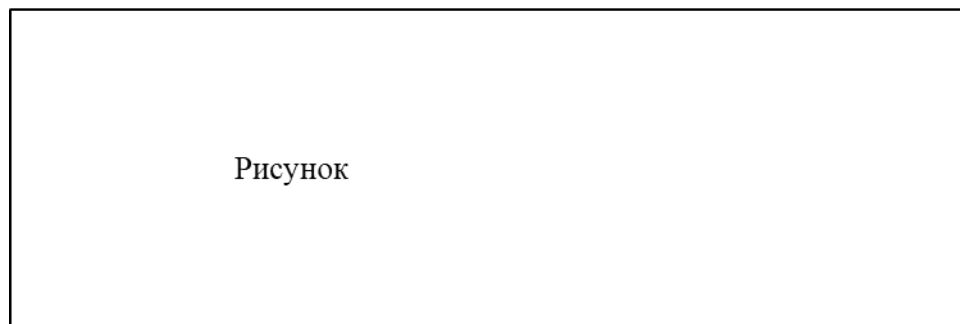


Рисунок 1.1 – Название рисунка

При ссылке на рисунок в скобках указывается его порядковый номер, а слово «рисунок» пишется сокращённо, например: (рис.1.1). При повторной ссылке добавляется сокращённое слово «смотри», например: (см. рис. 1.1).

**Сноски** на использованную литературу и источники по тексту проставляют автоматически в редакторе Word с использованием вкладки Ссылки. Для нумерации используются арабские цифры, нумерация сносок начитается с цифры 1.

Допускается использование в работе ссылок на использованные источники, приведенные в разделе «Список использованных источников и литературы». Их следует указывать порядковым номером из этого списка, номер заключают в квадратные скобки. Нумерация ссылок ведется арабскими цифрами в порядке приведения ссылок в тексте ВКР.

Пример:

Текст выпускной квалификационной работы [1]

1. Первый в списке использованных источников и литературы

Требования к оформлению сносок (ссылок) на использованные источники: [http://lib.sseu.ru/sites/default/files/2017/01/primery\\_oformleniya\\_ssylok\\_v\\_dissertacii\\_gost\\_r\\_7.0.5-2008\\_bibliogr.ssylna\\_1.pdf](http://lib.sseu.ru/sites/default/files/2017/01/primery_oformleniya_ssylok_v_dissertacii_gost_r_7.0.5-2008_bibliogr.ssylna_1.pdf).

**Заключение** должно содержать:

- выводы по всем главам работы;
- содержать предложения по решению задач исследования, поставленных во введении.

Выводы должны представлять собой краткий результат теоретического осмысления и критической оценки исследуемой проблемы. Они должны отражать как положительные, так и отрицательные моменты.

Предложения и рекомендации должны быть увязаны с выводами и направлены на улучшение функционирования исследуемого объекта. При разработке предложений и рекомендаций следует обращать внимание на их обоснованность, реальность и практическую приемлемость (возможность внедрения).

Объем заключения 3-5 страниц.

**Список использованных источников и литературы** представляет собой перечень учебных, научных, нормативных, справочных и статистических источников, использованных в ходе выполнения работы.

Требования к оформлению списка использованной литературы:

[http://lib.sseu.ru/sites/default/files/2017/01/primery\\_bib.opisaniy\\_k\\_diss.\\_po\\_gost\\_7.1-2003.\\_bib.\\_zap.\\_i\\_gost\\_r\\_7.0.11-2011\\_diss.pdf](http://lib.sseu.ru/sites/default/files/2017/01/primery_bib.opisaniy_k_diss._po_gost_7.1-2003._bib._zap._i_gost_r_7.0.11-2011_diss.pdf)

Список должен:

- соответствовать теме работы;
- содержать в себе не менее 30-40 наименований, в числе которых не менее 80% - издания последних пяти лет;
- не менее 2-х источников на иностранном языке.

В списке рекомендуется выделять разделы:

- **Нормативно-правовые акты**
- **Книги и статьи**
- **Авторефераты и диссертации**
- **Материалы юридической практики (для юристов)**
- **Литература на иностранных языках**
- **Иные источники информации**

Разделы являются заголовками, пишутся с прописной буквы и выделяются жирным шрифтом без подчеркивания. Выравнивание слева, абзацный отступ - 1,25 см.

**Нормативно-правовые акты** в списке располагаются по юридической силе:

Международные акты

Конституция России

Федеральные конституционные законы

Текущие законы, в том числе кодифицированные законы

Законы субъектов Федерации, в том числе Законы Самарской области

Указы Президента России

Постановления Правительства России

Нормативные акты федеральных министерств, агентств, служб и т.д., нормативные акты Центрального Банка Российской Федерации

Нормативные акты глав субъектов федерации

Нормативные акты органов исполнительной власти субъектов федерации

Нормативные акты органов местного самоуправления

Перечень нормативных актов должен включать все использованные в работе и необходимые для полного и всестороннего правового анализа вопросов темы исследования акты. Акты равной юридической силы должны быть указаны в списке по дате принятия – новейшие акты вверху списка. Кроме этого, допускается среди актов равной юридической силы указать в верхней части списка ак-

ты, наиболее важные для ВКР. Нормативно-правовые акты, утратившие силу, приводят в конце списка с обязательной отметкой – утратил силу. Либо их можно выделить в отдельный подраздел.

**Книги и статьи.** Рекомендуется использовать алфавитный способ формирования списка. При этом описание источников располагают в алфавите фамилий авторов или заглавий (если книга под редакцией). В конце списка приводятся описания источников на иностранных языках, располагая их в латинском алфавите.

Электронные ресурсы обозначают – [Электронный ресурс]. Электронный адрес и дату обращения к документу приводят всегда.

Пример:

Заголовок. Основное заглавие [Электронный ресурс]: сведения, относящиеся к заглавию / сведения об ответственности. – Место создания (изготовления): изготовитель, дата изготовления. – Специфическое обозначение материала и объем. – Примечание (системные требования, ограничение доступности, дата обращения к документу).

1. **Миргородская, Т. В.** Аудит [Текст] : учеб. пособие. - УМО, 4-е изд. перераб. и доп. - М. : КНОРУС, 2016. - 312 с. ; 60x90/16. - (Бакалавриат и магистратура). - Библиогр.: с. 271 - 274. - ISBN 978-5-406-02669-4: 370 p. У 053.9(2)я7 - М 63
2. **Хахонова, Н. Н.** Аудит [Текст] : учебник / И. Н. Богатая. - УМО. - М. : КНОРУС, 2016. - 720 с. ; 60x90/16. - Библиогр. : с. 482 - 486. - ISBN 978-5-406-05232-7: 452 p. 51к. У 053я7 - X 27

#### **Иные источники информации:**

В этом разделе группируются данные официальных веб-сайтов организаций, органов государственного и муниципального управления, базы данных, финансовая информация, патенты и другие источники, не вошедшие в другие разделы списка.

**Приложения** оформляют как продолжение ВКР на последующих его листах, без нумерации страниц. В тексте ВКР на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте ВКР. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием справа сверху страницы слова «ПРИЛОЖЕНИЕ», его обозначения. Приложения нумеруют заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Й, Ч, Ъ, Ы, Б. После слова «Приложение» следует буква, обозначающая его последовательность.

Пример:

#### **ПРИЛОЖЕНИЕ К**

На последней странице текста выпускной квалификационной работы, после списка использованных источников и литературы перед приложениями должен быть лист с надписью Приложения.

### **3. Обязанности и ответственность руководителя ВКР**

Для подготовки ВКР за обучающимся приказом ректора закрепляется руководитель ВКР из числа работников СГ'ЭУ и при необходимости консультант (консультанты).

В процессе выполнения работы руководитель консультирует обучающегося по вопросам выбора темы, составления плана работы, подбора библиографических источников, общего направления работы. Посещение консультаций является для студента обязательным. Неявка обучающегося в установленные сроки на консультации, а также несоблюдение согласованного графика сдачи на проверку отдельных разделов ВКР считаются нарушениями учебной дисциплины и могут послужить основанием для недопуска обучающегося к защите ВКР.

Руководитель не является ни соавтором, ни редактором ВКР. Руководитель не обязан исправлять все теоретические, методологические, стилистические, грамматические, орфографические, пунктуационные и другие ошибки. Рекомендации руководителя студент вправе воспринимать критически, учитывая или же отклоняя их по своему усмотрению. Ответственность за качество выполнения ВКР целиком и полностью лежит на авторе работы, а не на руководителе.

После завершения подготовки обучающимся ВКР руководитель ВКР представляет на кафедре письменный отзыв о работе обучающегося в период подготовки ВКР. В отзыве руководителя основной акцент должен быть сделан на оценку: самостоятельного вклада обучающегося в разработку темы исследования, использованного инструментария научных исследований; научной новизны выводов и предложений автора ВКР. В отзыве руководителя обязательно должны присутствовать: критические замечания в адрес работы; общая оценка работы (т.е. может ли ВКР быть рекомендована к защите).

Рекомендуемый объём отзыва составляет 1-2 страницы.

#### **4. Порядок рецензирования**

ВКР по программам магистратуры подлежат рецензированию.

Для проведения рецензирования, ВКР направляется одному или нескольким рецензентам из числа лиц, не работающих в университете и являющихся специалистами в соответствующей области профессиональной деятельности. Рецензент проводит анализ ВКР и представляет в университет письменную рецензию на указанную работу.

Если ВКР имеет междисциплинарный характер, она направляется не менее чем двум рецензентам.

Рекомендуемый объём рецензии составляет 1-2 страницы.

Кафедра обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом и рецензией (рецензиями) не позднее, чем за 5 календарных дней до дня защиты ВКР.

ВКР, отзыв и рецензия (рецензии) передаются в ГЭК не позднее, чем за два календарных дня до защиты ВКР.

#### **5. Допуск к защите ВКР**

##### **5.1. Проверка ВКР на объем заимствования**

Тексты ВКР проверяются на объем заимствования в соответствии с «Положением о порядке проведения проверки письменных работ учебных работ на наличие заимствований в ФГАОУ ВО «СГЭУ» утв. Приказом и.о. ректора №395-ОВ от 21.06.2024 г.

5.2 Допустимые значения показателей заимствований при проверке письменных учебных работ в системе «Антиплагиат» (приказ и.о. ректора №397-ОВ от 21.06.2024 г.):

Выпускные квалификационные работы по образовательным программам высшего образования (бакалавриат, специалитет):

Совпадение (техническое заимствование) – не более 20%;

Оригинальность (уникальность текста) – не менее 40 %;

Самоцитирование и цитирование (правомерное заимствование) – не более 40%.

Выпускные квалификационные работы по образовательным программам высшего образования (магистратура):

Совпадение (техническое заимствование) – не более 20%;

Оригинальность (уникальность текста) – не мене 50%;

Самоцитирование и цитирование (правомерное заимствование) – не более 30%;

##### **5.3 Сроки и порядок предоставления работы на кафедру**

После завершения подготовки ВКР обучающийся предоставляет сшитую ВКР не позднее чем за 10 рабочих дней до защиты. Руководитель ВКР формирует отзыв о работе обучающегося в период подготовки ВКР и справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований. Кафедра обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом не позднее чем за 5 календарных дней до дня защиты ВКР. ВКР, отзыв передаются в ГЭК не позднее чем за 2 календарных дня до защиты ВКР.

#### **6. Защита ВКР**

Защита ВКР проводится в соответствии с п. 4 Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в ФГАОУ ВО «СГЭУ», (утв. Приказом и.о. ректора № 600-ОВ от 15.10.2024 г.).

Защита ВКР, выполненной в форме стартапа и/или общественного проекта проводится в соответствии с п. 4 Положения о защите выпускной квалификационной работы в форме стартапа по образовательным программам высшего образования ФГАОУ ВО СГЭУ (утв. Приказом и.о. ректора № 635-ОВ от 24.10.2022 г.) и с учетом Методических рекомендаций по реализации модуля «Обучение служением» в образовательных организациях высшего образования Российской Федерации, утв.

приказом Минобрнауки России МН-11/418-ОП от 16.02.2024г. при разработке общественного проекта.

Защита выпускной квалификационной работы проводится в сроки, установленные календарным графиком по соответствующему направлению.

Перед началом заседания ГЭК секретарь комиссии проверяет оснащение аудитории необходимыми техническими средствами.

Обучающийся, на защите которого присутствуют руководитель и (или) рецензент (при защите ВКР специалистов и магистров), по согласованию с председателем комиссии приглашается к защите с учетом пожеланий очередности руководителя (и рецензента). При необходимости этот порядок может быть изменен по решению председателя ГЭК.

Перед выступлением обучающегося по поручению председателя государственной экзаменационной комиссии секретарь комиссии оглашает отзыв руководителя (и рецензию - при защите ВКР специалистов и магистров). В том случае, если на защите присутствуют руководитель и/или рецензент, свой отзыв (рецензию) они вправе огласить самостоятельно.

Продолжительность выступления обучающегося должна составлять не более 10 минут. Председатель ГЭК вправе прервать обучающегося, вышедшего за пределы временных ограничений.

При необходимости обучающийся в процессе выступления может использовать технические средства, схемы, таблицы, раздаточный, иллюстрационный и презентационный материал.

После выступления обучающегося, члены ГЭК вправе задать ему уточняющие и дополнительные вопросы. После ответа обучающегося на уточняющие и дополнительные вопросы, ему предоставляется возможность ответить на указанные в отзыве и / или рецензии руководителя и (или) рецензента замечания (при наличии).

После окончания процедуры защиты ВКР всех обучающихся ГЭК в присутствии секретаря проводит закрытое обсуждение с целью определения результатов защиты. В это время обучающиеся и иные лица не вправе находиться в аудитории, где проводится обсуждение результатов.

В случае расхождения мнений членов комиссии спорные вопросы решаются голосованием, при этом председатель ГЭК обладает правом решающего голоса.

После окончания обсуждения и выставления оценок председатель ГЭК оглашает результаты защиты ВКР обучающимся. Оглашение результатов защиты ВКР, производится в день защиты ВКР непосредственно после ее завершения, обсуждения результатов и выставления оценок.

В процессе оглашения результатов защиты ВКР председатель ГЭК вправе отметить обучающихся, показавших наиболее высокий уровень знаний, и назвать обучающихся, чьи ответы имели существенные недостатки.

## 7. Фонд оценочных средств ВКР

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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения		
	Знать	Уметь	Владеть
<i>Универсальные компетенции (УК)</i>			
УК.1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий			
УК-1.1 Проводит критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода;	УК-1.1 Знать теоретические основы системного анализа, методологии критического мышления и модели диагностики про-	УК-1.1 Уметь выявлять скрытые причины кризисов бренда, применяя системный подход для оценки факторов	УК-1.1 Владеть навыками комплексной диагностики репутационных рисков и инструментами принятия стратеги-

	блем маркетинговых коммуникаций.	маркетинговой среды.	ческих решений в управлении брендом.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
УК–1.2 Выработывает стратегию действий в проблемных ситуациях;	УК-1.2 Знать	УК-1.2 Уметь	УК-1.2 Владеть
	Методы стратегического планирования, модели антикризисных коммуникаций и алгоритмы разработки планов действий в нестандартных ситуациях.	Формулировать стратегические альтернативы, выбирать оптимальные решения и выстраивать планы действий для защиты репутации бренда.	Инструментами сценарного прогнозирования, технологиями антикризисного управления и приемами реализации стратегических решений в условиях неопределенности.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
УК.2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла			
УК 2.1. Анализирует этапы жизненного цикла проекта;	УК-2.1 Знать	УК-2.1 Уметь	УК-2.1 Владеть
	Особенности этапов жизненного цикла маркетинговых проектов, методы оценки результативности и инструменты контроля на каждой стадии.	Анализировать текущую стадию реализации маркетингового проекта, выявлять риски и корректировать план достижения стратегических целей бренда.	Методами мониторинга прогресса маркетинговых инициатив, программным обеспечением управления проектами и технологиями оценки эффективности отдельных этапов.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		

Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
УК 2.2. Управляет проектом на всех этапах жизненного цикла;	УК-2.2 Знать	УК-2.2 Уметь	УК-2.2 Владеть
	методологию управления проектами, специфику этапов жизненного цикла и современные инструменты планирования ресурсов.	координировать работу команды, распределять ресурсы и контролировать сроки на всех этапах жизненного цикла проекта.	организационным обеспечением управления проектами, гибкими методологиями и технологиями минимизации рисков на всех стадиях реализации.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
УК.3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели			
УК-3.1. Организует работу команды для достижения поставленной цели;	УК-3.1 Знать	УК-3.1 Уметь	УК-3.1 Владеть
	Принципы формирования команды, методы мотивации, делегирования и контроля для достижения стратегических маркетинговых целей.	Грамотно распределять роли, ставить четкие задачи и мотивировать сотрудников для достижения маркетинговых целей.	Навыками ситуационного лидерства, современными инструментами формирования команд и технологиями управления эффективностью маркетинговых специалистов.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
УК-3.2. Вырабатывает командную стратегию и руководит работой команды;	УК-3.2 Знать	УК-3.2 Уметь	УК-3.2 Владеть
	Методы формирования командной стратегии, модели лидерства и принципы синхронизации командных целей с	Разрабатывать эффективную стратегию работы команды, расставлять приоритеты и направ-	Инструментами стратегического лидерства, современными техниками управления коман-

	маркетинговыми задачами.	лять сотрудников для достижения маркетинговых целей.	дой и методами контроля эффективности работы маркетинговых специалистов.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия			
УК-4.1. Применяет современные коммуникационные технологии для академического и профессионального взаимодействия;	УК-4.1 Знать	УК-4.1 Уметь	УК-4.1 Владеть
	Современные цифровые платформы, сервисы совместной работы, инструменты сетевого взаимодействия и нормы профессионального делового этикета.	Организовывать виртуальное взаимодействие, проводить цифровые презентации и использовать сервисы для совместной работы над проектами.	Инструментами цифрового нетворкинга, корпоративными системами управления задачами и технологиями организации эффективных профессиональных дистанционных коммуникаций.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
УК-4.2. Владеет иностранным(ми) языком(ми) для академического и профессионального взаимодействия;	УК-4.2 Знать	УК-4.2 Уметь	УК-4.2 Владеть
	Специализированную маркетинговую терминологию, нормы академического письма, правила делового общения и особенности межкультурной профессиональной коммуникации.	Вести деловые переговоры, анализировать зарубежные статьи по брендингу и уверенно выступать на иностранном языке.	Навыками устного и письменного перевода маркетинговых текстов, техникой публичных выступлений и методами межкультурного взаимодействия.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		

Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия			
УК-5.1. Анализирует проблемы межкультурного взаимодействия;	УК-5.1 Знать	УК-5.1 Уметь	УК-5.1 Владеть
	Специфику межкультурных коммуникаций, модели культурных измерений, особенности восприятия глобальных брендов и методы выявления барьеров.	Выявлять культурные различия, анализировать причины конфликтов при продвижении бренда и оценивать риски международных кампаний.	Выявлять культурные различия, анализировать причины конфликтов при продвижении бренда и оценивать риски международных кампаний.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
УК-5.2. Учитывает разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.2 Знать	УК-5.2 Уметь	УК-5.2 Владеть
	Теоретические основы культурного разнообразия, особенности потребительского поведения разных культур и базовые принципы инклюзивного маркетинга.	Адаптировать маркетинговые стратегии с учетом культурных особенностей, избегая стереотипов при создании инклюзивных коммуникаций бренда.	Методами культурной адаптации продуктов, современными инструментами создания инклюзивного контента и технологиями межкультурных маркетинговых исследований.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее			

совершенствования на основе самооценки			
УК-6.1. Определяет приоритеты собственной деятельности;	УК-6.1 Знать	УК-6.1 Уметь	УК-6.1 Владеть
	Методы управления временем, принципы целеполагания, техники самоорганизации и алгоритмы планирования личного ресурса в маркетинге.	Грамотно распределять нагрузку, ставить личные цели и расставлять приоритеты задач для достижения маркетинговых результатов.	Инструментами эффективного планирования, современными цифровыми приложениями для управления временем и техниками повышения собственной продуктивности.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
УК-6.2. Совершенствует приоритеты собственной деятельности на основе самооценки;	УК-6.2 Знать	УК-6.2 Уметь	УК-6.3 Владеть
	Методы профессиональной саморефлексии, объективные критерии личной эффективности и алгоритмы корректировки собственных рабочих приоритетов.	Проводить объективную самооценку, анализировать профессиональные ошибки и своевременно корректировать план достижения маркетинговых целей.	Инструментами сбора обратной связи, техниками критического самоанализа и методами планирования личного профессионального развития.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</b>			
ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления			
ОПК 1.1. Решает профессиональные задачи основе	ОПК -1.1 Знать	ОПК -1.1 Уметь	ОПК -1.1 Владеть
	Фундаментальные эко-	Применять экономи-	Методами экономи-

знаний экономической, организационной и управленческой теории;	номические, организационные и управленческие теории, применяемые для решения профессиональных задач в маркетинге и брендинге.	ческие, организационные и управленческие концепции для решения сложных профессиональных задач в маркетинговых коммуникациях.	ческого и организационного анализа, необходимыми для принятия стратегических решений при управлении брендом и коммуникациями.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ОПК 1.2. Реализует профессиональные задачи на основе инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК -1.2 Знать	ОПК -1.2 Уметь	ОПК -1.2 Владеть
	Современные инновационные подходы к управлению брендом, методы критического анализа и обобщения передовых маркетинговых практик.	Критически анализировать управленческие практики, обобщать опыт и применять инновационные подходы для решения профессиональных задач.	Инструментами критического анализа практик, методами обобщения опыта и технологиями внедрения инноваций в управление брендом.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач			
ОПК-2.1. Применяет современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа;	ОПК -2.1 Знать	ОПК -2.1 Уметь	ОПК -2.1 Владеть
	Современные техники сбора маркетинговых данных, алгоритмы их обработки и продвинутые методы статистического анализа поведения потребителей.	Собирать маркетинговую информацию, применять продвинутые алгоритмы обработки данных для получения ценных аналитических выводов.	Цифровыми средствами сбора и визуализации данных, продвинутыми методами статистического анализа и инструментами предиктивной аналитики.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические		

	знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ОПК-2.2. Использует интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК -2.2 Знать	ОПК -2.2 Уметь	ОПК -2.2 Владеть
	Принципы функционирования интеллектуальных систем анализа информации, платформы больших данных и алгоритмы машинного обучения в исследованиях.	Использовать интеллектуальные системы для решения управленческих задач, автоматизировать маркетинговые исследования и извлекать ценные инсайты.	Инструментами интеллектуального анализа, нейросетевыми платформами и технологиями автоматизации управленческой и исследовательской деятельности в маркетинге.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды			
ОПК-3.1. Принимает самостоятельные, обоснованные организационно-управленческие решения, оценивает операционную, организационную эффективность и социальную значимость управленческих решений;	ОПК -3.1 Знать	ОПК -3.1 Уметь	ОПК -3.1 Владеть
	Методы принятия управленческих решений, критерии оценки операционной эффективности и показатели социальной значимости маркетинговых инициатив.	Самостоятельно принимать обоснованные управленческие решения, оценивать их операционную эффективность и социальную значимость для потребителей.	Инструментами принятия управленческих решений, методами оценки операционной эффективности и анализа социальной значимости проектов.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		

	ми и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ОПК-3.2. Обеспечивает реализацию управленческих решений в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды;	ОПК -3.2 Знать	ОПК -3.2 Уметь	ОПК -3.2 Владеть
	Специфику реализации управленческих решений в динамичной кросс-культурной среде, факторы сложности и методы адаптации.	Реализовывать управленческие решения, адаптироваться к изменениям динамичной среды и преодолевать барьеры кросс-культурного взаимодействия.	Инструментами гибкого управления, технологиями кросс-культурной коммуникации и методами минимизации рисков в условиях неопределенности.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ОПК-4. Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций			
ОПК-4.1. Руководит проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков;	ОПК -4.1 Знать	ОПК -4.1 Уметь	ОПК -4.1 Владеть
	Современные практики управления проектами и процессами, теории лидерства и модели эффективной деловой коммуникации.	Руководить проектной и процессной деятельностью, применяя лидерские качества и коммуникативные навыки для достижения целей.	Инструментами современного проектного и процессного управления, техниками ситуационного лидерства и технологиями корпоративных коммуникаций.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ОПК-4.2. Выявляет и оценивает новые рыночные возможности, разрабатывает стратегии со-	ОПК -4.2 Знать	ОПК -4.2 Уметь	ОПК -4.2 Владеть
	Методы выявления рыночных возможностей, принципы разработки	Оценивать новые рыночные возможности, проектировать	Инструментами комплексного анализа рыночных ниш, ме-

здания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	инновационных моделей бизнеса и стратегии развития новых направлений.	стратегии инновационного развития и создавать эффективные модели бизнеса организации.	тодами проектирования моделей бизнеса и технологиями стратегического планирования инноваций.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ОПК-5. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты			
ОПК-5.1. Обобщает и критически оценивает научные исследования в менеджменте и смежных областях;	ОПК -5.1 Знать	ОПК -5.1 Уметь	ОПК -5.1 Владеть
	Методологию критического анализа научных исследований, современные концепции менеджмента и критерии оценки смежных маркетинговых разработок.	Обобщать результаты научных исследований, критически оценивать публикации в области менеджмента и смежных маркетинговых дисциплин.	Инструментами поиска научной литературы, базами данных исследований и технологиями критической оценки менеджмента и маркетинга.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ОПК-5.2. Выполняет научно-исследовательские проекты в менеджменте и смежных областях;	ОПК -5.2 Знать	ОПК -5.2 Уметь	ОПК -5.2 Владеть
	Методы систематизации научных данных, парадигмы современного менеджмента и стандарты оценки смежных маркетинговых исследований.	Синтезировать выводы научных работ, объективно оценивать их достоверность и применимость в маркетинговых коммуникациях.	Навыками работы с академическими базами, инструментами проверки научной достоверности и методами синтеза данных.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теорети-		

	ческие знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>			
ПК-1 Способен разрабатывать маркетинговые программы, адаптируя элементы комплекса маркетинга под условия спроса			
ПК-1.1 Разрабатывает и тестирует внедрение инновационных товаров (услуг);	ПК -1.1 Знать	ПК -1.1 Уметь	ПК -1.1 Владеть
	Методы разработки инновационных продуктов, алгоритмы их тестирования и особенности внедрения новых товаров на рынок.	Создавать концепции инновационных товаров, планировать их тестирование и организовывать успешное внедрение на целевой рынок.	Инструментами прототипирования продуктов, методами проведения маркетинговых тестов и технологиями коммерциализации инновационных товаров и услуг.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ПК-1.2 Создает нематериальные активы (бренды) и управляет ими в организации	ПК -1.2 Знать	ПК -1.2 Уметь	ПК -1.2 Владеть
	Теорию создания нематериальных активов, методологии оценки бренда и принципы управления портфелем брендов в организации.	Разрабатывать архитектуру и идентичность бренда, управлять его капиталом и внедрять стратегии роста нематериальных активов.	Инструментами построения бренда, современными системами измерения капитала бренда и технологиями корпоративного управления нематериальными активами.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		

	дартных ситуациях.		
ПК-2 Способен разрабатывать сбытовую политику организации, внедрять и совершенствовать систему распределения (дистрибуции) товаров			
ПК 2.1. Разрабатывает и внедряет системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации;	ПК -2.1 Знать	ПК -2.1 Уметь	ПК -2.1 Владеть
	Теоретические основы построения каналов дистрибуции, методы формирования сбытовой политики и модели распределения товаров.	Проектировать каналы сбыта, выбирать посредников и внедрять сбытовую политику для максимизации охвата целевого рынка.	Инструментами управления цепями поставок, методами оценки эффективности каналов сбыта и технологиями контроля дистрибуционной сети.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ПК-2.2. Совершенствует системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации;	ПК -2.2 Знать	ПК -2.2 Уметь	ПК -2.2 Владеть
	Современные тренды дистрибуции, методы оптимизации каналов сбыта и критерии оценки эффективности сбытовой политики организации.	Анализировать действующие системы дистрибуции, выявлять резервы и совершенствовать сбытовую политику для повышения прибыльности бизнеса.	Инструментами цифровизации дистрибуции, методами управления конфликтами в каналах сбыта и технологиями автоматизации продаж организации.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ПК-3 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать системы маркетинговых коммуникаций в организации			
ПК-3.1 Разрабатывает и внедряет системы маркетинговых коммуникаций в организации	ПК -3.1 Знать	ПК -3.1 Уметь	ПК -3.1 Владеть
	Теорию интегрированных маркетинговых коммуникаций, модели построения систем и принципы их успешного	Разрабатывать и внедрять системы маркетинговых коммуникаций, выбирать каналы и коор-	Инструментами управления коммуникационным миксом, современными цифровыми плат-

	го внедрения в современных организациях.	динировать продвижение для достижения стратегических целей.	формами продвижения и методами оценки эффективности внедренных коммуникационных систем.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ПК-3.2 Совершенствует системы маркетинговых коммуникаций в организации	ПК -3.2 Знать	ПК -3.2 Уметь	ПК -3.2 Владеть
	Методы аудита действующих маркетинговых коммуникаций, современные инструменты оптимизации и критерии оценки эффективности коммуникационных систем.	Анализировать эффективность действующих коммуникаций, выявлять скрытые резервы и внедрять улучшения для оптимизации маркетинговых систем.	Инструментами оптимизации интегрированных коммуникаций, современными технологиями сквозной аналитики и программным обеспечением управления корпоративными системами.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ПК-4 Способен управлять маркетинговой деятельностью организации			
ПК4.1. Производит стратегический анализ рыночных возможностей организации для адаптации маркетинговой стратегии;	ПК -4.1 Знать	ПК -4.1 Уметь	ПК -4.1 Владеть
	Методы стратегического анализа рынка, инструменты оценки рыночных возможностей и принципы адаптации маркетинговой стратегии организации.	Проводить стратегический анализ рыночных возможностей, выявлять точки роста и адаптировать маркетинговую стратегию к изменениям.	Инструментами стратегического анализа рынка, методами прогнозирования трендов и технологиями корректировки маркетинговых стратегий под конъюнктуру рынка
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические		

	знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		
ПК 4.2. Формирует маркетинговую стратегию организации	ПК -4.2 Знать	ПК -4.2 Уметь	ПК -4.2 Владеть
	Основы стратегического маркетинга, современные модели формирования маркетинговой стратегии и принципы создания конкурентных преимуществ организации.	Разрабатывать маркетинговую стратегию, ставить стратегические цели и выстраивать планы развития для достижения коммерческих результатов.	Инструментами стратегического планирования, методами конкурентного анализа и технологиями контроля реализации маркетинговой стратегии в организации.
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.		
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.		

## Методические материалы, определяющие процедуру оценивания результатов ВКР

Результаты защиты ВКР определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии качества выполненной ВКР:

- реальность темы работы, ее связь с актуальными проблемами в сфере менеджмента, четкая и обоснованная постановка цели и задач работы, уровень проблемного анализа ситуации, качество характеристики объекта исследования;

- качество характеристики используемых данных, их достоверность, элементы новизны и поиска решения теоретических и практических проблем, использование современной компьютерной базы, программного обеспечения, а также методов научного исследования, четкое и правильное обобщение выводов и предложений в заключение ВКР, методологическая и теоретическая проработка текста работы на основе изучения большого числа источников.

Критерии оценки:

Оценка	Содержание ВКР	Процедура защиты
«отлично»	Работа выполнена на актуальную тему, четко формализованы цель и задачи исследования, раскрыта суть проблемы выделением научных направлений, оценкой их общности и разли-	При защите выпускник показывает знание темы, свободно оперирует данными материалов исследования. Во время доклада представлена презентация, наглядные

	<p>чий, обобщением отечественного и зарубежного опыта. Изложена собственная позиция. Стиль изложения научный со ссылками на источники. Достоверность выводов базируется на глубоком анализе объекта исследования не менее чем за 5 лет с применением статистических и экономико-математических методов. Предложения и рекомендации аргументированы, обладают новизной или практической значимостью. Работа высоко оценена руководителем.</p>	<p>пособия, раздаточный материал, свободно отвечает на поставленные комиссией вопросы.</p>
«хорошо»	<p>Работа выполнена на актуальную тему, четко формализованы цель и задачи исследования, суть проблемы раскрыта с обобщением отечественного и(или) зарубежного опыта. Стиль изложения научный со ссылками на источники. Достоверность выводов базируется на анализе объекта исследования не менее чем за 3 года с применением методов сравнения процессов в динамике и другими объектами (со средними показателями и т.п.). Предложения и рекомендации аргументированы, обладают практической значимостью. Работа положительно оценена руководителем. Однако присутствуют незначительные замечания по оформлению работы.</p>	<p>При защите выпускник показывает глубокое знание вопросов темы, свободно оперирует материалами работы. Во время доклада представлена презентация, наглядные пособия (таблицы, схемы, графики и т.п.) или раздаточный материал. Без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы. Однако были допущены незначительные неточности при изложении материала.</p>
«удовлетворительно»	<p>Работа имеет теоретическую и практическую части, однако при обзоре литературы не освещены различные точки зрения по разрабатываемой теме, не сформулировано авторское отношение к ним, не обоснована авторская позиция; характеристика результатов исследования не обоснована; заключение не содержит конкретные выводы из проведенной работы и предложения по их реализации. Либо в работе сформулированы предложения и рекомендации, которые носят общий характер или недостаточно аргументированы. Также работа удовлетворительно оценена руководителем.</p>	<p>При защите студент-выпускник проявляет неуверенность, показывает слабое знание проблемы, не всегда дает исчерпывающие ответы на вопросы членов комиссии. Во время доклада представлена презентация, не представлен раздаточный материал и наглядные пособия. В ходе защиты допущены неточности при изложении материала, достоверность некоторых выводов не доказана.</p>
«неудовлетворительно»	<p>Работа структурирована, имеет все составляющие, однако во введении не обоснована актуальность, нет анализа изучаемой проблемы в организации, в работе нет выводов. В отзыве научного руководителя имеются критические замечания. Оформление работы не</p>	<p>При защите выпускной квалификационной работы студент-выпускник затрудняется отвечать на поставленные вопросы по разрабатываемой теме. Не представлены презентация, раздаточный материал, наглядные пособия.</p>

	соответствует требованиям, предъявляемым к ВКР.	
--	---	--

Результаты защиты выпускной квалификационной работы объявляются в день защиты после обсуждения членами государственной комиссии и оформляются протоколом.

## **8. Процедура апелляции по результатам государственных итоговых аттестационных испытаний**

Процедура апелляции устанавливается в соответствии с Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в ФГАОУ ВО «СГЭУ», (утв. Приказом и.о. ректора № 600-ОВ от 15.10.2024 г.).

## **9. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение государственной итоговой аттестации**

### **9.1 Литература:**

Основная литература:

1. Анализ и прогнозирование рынка: учебник для вузов / А. Н. Асаул, М. А. Асаул, В. Н. Старинский, Г. Ф. Щербина. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 296 с - 978-5-534-15179-4. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/588903> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
2. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С. Г. Божук. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 304 с - 978-5-534-08764-2. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/584368> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим
3. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 490 с - 978-5-534-19448-7. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/582590> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
4. Галицкий, Е. Б. Маркетинговый анализ данных: учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 195 с - 978-5-534-19456-2. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/589799> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
5. Дубровин, И. А. Поведение потребителей: учебное пособие / И. А. Дубровин,. - Поведение потребителей - Москва: Дашков и К, 2023. - 310 с. - 978-5-394-05147-0. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/144034.html> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
6. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебник для вузов / С. М. Емельянов. - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 218 с - 978-5-534-16787-0. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/585359> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
7. Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование: учебник для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 340 с - 978-5-534-06590-9. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/586073> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
8. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика: учебник для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин. - Москва: Юрайт, 2026. - 181 с - 978-5-534-05522-1. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/585606> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

9. Карпова, С. В. Брендинг: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 365 с - 978-5-534-20456-8. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/590681> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
10. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 422 с - 978-5-534-19913-0. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/583347> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

#### Дополнительная литература:

1. Кузнецова, Г. В. Конъюнктура мировых товарных рынков: учебник и практикум для вузов / Г. В. Кузнецова. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 266 с - 978-5-534-16805-1. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/586963> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
2. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва, И. В. Воробьева, Т. А. Лезина [и др.]; Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова.. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 386 с - 978-5-534-16503-6. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/583463> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
3. Методы принятия управленческих решений: учебник для вузов / П. В. Иванов, И. А. Дашкова, И. В. Ткаченко, В. И. Костылев, Н. С. Захарченко. - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 351 с - 978-5-534-16409-1. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/586942> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
4. Реброва, Н. П. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. - Москва: Юрайт, 2026. - 277 с - 978-5-534-03466-0. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/598462> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
5. Староверова, К. О. Менеджмент. Эффективность управления: учебник для вузов / К. О. Староверова. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 269 с - 978-5-534-09017-8. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/584706> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
6. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом: учебник для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 255 с - 978-5-534-05503-0. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/585199> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
7. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / Д. В. Тюрин. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 277 с - 978-5-534-21917-3. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/582444> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

## 9.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Astra Linux Special Edition «Смоленск», «Орел»; РедОС ; ОС "Альт Рабочая станция" 10; ОС "Альт Образование" 10.
2. МойОфис Стандартный 2, МойОфис Образование, Р7-Офис Профессиональный, МойОфис Стандартный 3, МойОфис Профессиональный 3

### 9.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)

2. Государственная система правовой информации «Официальный интернет-портал правовой информации» (<http://pravo.gov.ru/>)

3. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)

4. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

### 9.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

### 9.5. Специальные помещения

Наименование специального помещения	Оборудование
Аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещение для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования