

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕН-
НОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**ИНСТИТУТ ФИНАНСОВ И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР
«ВЫСШАЯ ШКОЛА БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТА»**

УТВЕРЖДЕНО

ученым советом ИФУР

Протокол от «03» декабря 2020 г.

№ 9

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

по направлению подготовки (специальности)

38.03.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки (специальности))

Маркетинг и бренд-менеджмент

(направленность(и) (профиль(и)/специализация(ии))

Бакалавр

(квалификация)

Очная

(форма(ы) обучения)

Год набора - **2021**

Москва, 2021 г.

Автор(ы)-составитель(и):

к.э.н., доцент Челенков А.П.

(ученая степень и(или) ученое звание, должность) (наименование кафедры) (Ф.И.О.)

(ученая степень и(или) ученое звание, должность) (наименование кафедры) (Ф.И.О.)

(ученая степень и(или) ученое звание, должность) (наименование кафедры) (Ф.И.О.)

Директор

Научно-образовательного центра «Высшая школа бренд-менеджмента» к.э.н., доцент

(наименование кафедры) (ученая степень и(или) ученое звание)

Челенков А.П.

(Ф.И.О.)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы
2. Показатели и критерии оценивания компетенций
3. Шкалы оценивания
4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы
5. Методические материалы

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

1.1. Перечень компетенций, владение которыми должен продемонстрировать обучающийся в ходе ГИА:

УК ОС-1	способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции
УК ОС-2	способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений
УК ОС-3	способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе
УК ОС-4	способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках
УК ОС-5	способность проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества
УК ОС-6	способность выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК ОС-7	способность поддерживать уровень физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК ОС-8	способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций
УК ОС-9	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
УК ОС-10	способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности
УК ОС-11	способен идентифицировать проявления экстремизма и участвовать в принятии профилактических мер, направленных на предупреждение экстремистской, в том числе террористической деятельности
ОПК ОС-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний экономической и управленческой теории
ОПК ОС-2	Способен осуществлять сбор и анализ данных, в том числе из открытых источников, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современных инструментов
ОПК ОС-3	Способен находить организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости и оценивать их последствия
ОПК ОС-4	Способен демонстрировать знания последних прорывных направлений в менеджменте и связанных с ними революционных открытий, технологий и продуктов

ОПК ОС-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства
ПКо ОС-1	Способен использовать при осуществлении профессиональной деятельности современные методики маркетинга
ПКо ОС-2	Способен оценивать и учитывать факторы внешней среды бизнеса для повышения конкурентоспособности организации
ПКо ОС-3	Способен применять в профессиональной деятельности современные методы управления человеческими ресурсами
ПКо ОС-4	Способен применять основные методы финансового менеджмента для обеспечения деятельности организации
ПКо ОС-5	Способен осуществлять оценку конкурентных преимуществ организации при разработке и реализации стратегии организации
ПКс-1	владение умениями и навыками проведения системного и комплексного анализа внешней и внутриорганизационной среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики
ПКс-2	владение умениями и навыками анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков, методами проведения социологических исследований с использованием инструментов количественного и качественного анализа, экономико-математических и статистических расчетов, цифровых технологий обработки данных
ПКс-3	владение умениями и навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием системы метрик маркетинга и брендинга и инструментов комплекса маркетинга
ПКс-4	владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений
ПКс-5	способность участвовать в разработке и внедрении инновационных платформ (систем, технологий, продуктов) корпоративного развития
ПКс-6	способность участвовать в разработке и реализации маркетинговых программ (проектов, систем, технологий) с использованием инструментов комплекса маркетинга
ПКс-7	владение умениями и навыками проектирования и управления корпоративными брендами
ПКс-8	владение креативными умениями и навыками создания конкурентоспособных корпоративных брендов
ПКс-9	владение специальными умениями и навыками разработки и реализации программ и проектов продвижения корпоративных брендов

1.1.1. При защите выпускной квалификационной работы

ПКс-8	владение креативными умениями и навыками создания конкурентоспособных корпоративных брендов
ПКс-9	владение специальными умениями и навыками разработки и реализации программ и проектов продвижения корпоративных брендов

1.1.2. При сдаче государственного экзамена (при наличии)

УК ОС-1	способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции
УК ОС-2	способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений
УК ОС-3	способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе
УК ОС-4	способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках
УК ОС-5	способность проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества
УК ОС-6	способность выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК ОС-7	способность поддерживать уровень физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК ОС-8	способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций
УК ОС-9	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
УК ОС-10	способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности
УК ОС-11	способен идентифицировать проявления экстремизма и участвовать в принятии профилактических мер, направленных на предупреждение экстремистской, в том числе террористической деятельности
ОПК ОС-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний экономической и управленческой теории
ОПК ОС-2	Способен осуществлять сбор и анализ данных, в том числе из открытых источников, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современных инструментов

ОПК ОС-3	Способен находить организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости и оценивать их последствия
ОПК ОС-4	Способен демонстрировать знания последних прорывных направлений в менеджменте и связанных с ними революционных открытий, технологий и продуктов
ОПК ОС-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства
ПКо ОС-1	Способен использовать при осуществлении профессиональной деятельности современные методики маркетинга
ПКо ОС-2	Способен оценивать и учитывать факторы внешней среды бизнеса для повышения конкурентоспособности организации
ПКо ОС-3	Способен применять в профессиональной деятельности современные методы управления человеческими ресурсами
ПКо ОС-4	Способен применять основные методы финансового менеджмента для обеспечения деятельности организации
ПКо ОС-5	Способен осуществлять оценку конкурентных преимуществ организации при разработке и реализации стратегии организации
ПКс-1	владение умениями и навыками проведения системного и комплексного анализа внешней и внутриорганизационной среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики
ПКс-2	владение умениями и навыками анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков, методами проведения социологических исследований с использованием инструментов количественного и качественного анализа, экономико-математических и статистических расчетов, цифровых технологий обработки данных
ПКс-3	владение умениями и навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием системы метрик маркетинга и брендинга и инструментов комплекса маркетинга
ПКс-4	владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений
ПКс-5	способность участвовать в разработке и внедрении инновационных платформ (систем, технологий, продуктов) корпоративного развития
ПКс-6	способность участвовать в разработке и реализации маркетинговых программ (проектов, систем, технологий) с использованием инструментов комплекса маркетинга
ПКс-7	владение умениями и навыками проектирования и управления корпоративными брендами

ПКс-8	владение креативными умениями и навыками создания конкурентоспособных корпоративных брендов
ПКс-9	владение специальными умениями и навыками разработки и реализации программ и проектов продвижения корпоративных брендов

1.2. Перечень общепрофессиональных компетенций, на основе которых были освоены профессиональные компетенции

Не предусмотрены.

1.3. Перечень универсальных (для ОС) компетенций, подтверждающих наличие у выпускника общих знаний и социального опыта

УК ОС-1	способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции
УК ОС-2	способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений
УК ОС-3	способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе
УК ОС-4	способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках
УК ОС-5	способность проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества
УК ОС-6	способность выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК ОС-7	способность поддерживать уровень физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК ОС-8	способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций
УК ОС-9	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
УК ОС-10	способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности
УК ОС-11	способен идентифицировать проявления экстремизма и участвовать в принятии профилактических мер, направленных на предупреждение экстремистской, в том числе террористической деятельности

Показатели и критерии оценивания компетенций

2.1. Выпускная квалификационная работа

Код компетенции	Наименование компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Способ/средство оценивания
ПКс-8	владение креативными умениями и навыками создания конкурентоспособных корпоративных брендов	Способность выбрать необходимые методы исследования, разработать дизайн исследования в области брендинга, произвести обработку данных, сформулировать рекомендации по результатам маркетинговых исследований в области брендинга	Способен оценивать: стадию жизненного цикла, отрасль и рынок, а также иные значимые показатели; общий уровень развития маркетинговых исследований на предприятии с точки зрения инструментария и бюджетирования; адекватно выбраны ключевые направления маркетинговых исследований в области брендинга, на их основе выбраны показатели результатов; проведены расчеты отдельных показателей как результаты исследования в области брендинга	Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии
ПКс-9	владение специальными умениями и навыками разработки и реализации программ и проектов продвижения корпоративных брендов	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ продвижения брендов	Студент использует подход к разработке программ продвижения бренда. Оценивает факторы, оказывающие влияние на разработку программ продвижения.	Содержание работы, доклад, презентация работы, ответы на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии

2.2. Государственный экзамен (при наличии)

УК ОС-1	способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции	Рассматривает и определяет особенности, структуру, функции, принципы и механизмы функционирования и развития организации Анализирует и критически оценивает состояние	Самостоятельно определяет особенности, структуру, функции, принципы и механизмы функционирования и развития организации Корректно анализирует и критически	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии
---------	--	--	---	---

		<p>конкретной организации с использованием изученных теоретических моделей</p> <p>Выявляет проблемы в структуре организации и дает предложения по ее совершенствованию</p> <p>Анализирует влияние различных факторов на конкретные виды поведения сотрудников и эффективность их трудовой деятельности</p>	<p>оценивает состояние конкретной организации с использованием изученных теоретических моделей</p> <p>Грамотно выявляет проблемы в структуре и предлагает обоснованные и конструктивные предложения по ее совершенствованию</p> <p>Самостоятельно анализирует влияние различных факторов на конкретные виды поведения сотрудников и эффективность их трудовой деятельности</p> <p>Обучающийся демонстрирует глубокие знания, понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений в сфере исследования, создания и продвижения брендов, корректно использует профессиональные термины и понятия, владеет основными положениями смежных дисциплин.</p>	
УК ОС-2	<p>способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений</p>	<p>Определяет оптимальное количество необходимых для разработки проекта ресурсов</p> <p>Определяет существующие экономические, социальные и политические ограничения для</p>	<p>Самостоятельно определяет оптимальное количество необходимых для разработки проекта ресурсов.</p> <p>Адекватно определяет существующие экономические, социальные и политические</p>	<p>Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>

		<p>реализации проекта Осуществляет оценку по количественным показателям имеющихся ресурсов Выбирает оптимальные способы решения профессиональных задач в рамках поставленной цели, исходя из существующих;</p>	<p>ограничения для реализации проекта Корректно осуществляет оценку по количественным показателям имеющихся ресурсов Готов к самостоятельному выбору оптимальных способов решения профессиональных задач в рамках поставленной цели, исходя из существующих ограничений</p>	
УК ОС-3	<p>способность вести себя в соответ- ствии с требова- ниями ролевой по- зиции в команд- ной работе</p>	<p>Рассматривает и определяет особенности, структуру, функции, принципы и механизмы функционирования и развития организации Анализирует и критически оценивает состояние конкретной организации с использованием изученных теоретических моделей Выявляет проблемы в структуре и организации и дает предложения по ее совершенствованию Анализирует влияние различных факторов на конкретные виды поведения сотрудников и эффективность их трудовой деятельности</p>	<p>Самостоятельно определяет особенности, структуру, функции, принципы и механизмы функционирования и развития организации Корректно анализирует и критически оценивает состояние конкретной организации с использованием изученных теоретических моделей Грамотно выявляет проблемы в структуре и организации и предлагает обоснованные и конструктивные предложения по ее совершенствованию Самостоятельно анализирует влияние различных факторов на конкретные виды поведения</p>	<p>Конспект от- вета на во- просы, ответы на вопросы би- лета, решения расчетных за- дач, ответы на уточняющие во- просы членов экзаменацион- ной комиссии</p>

			сотрудников и эффективность их трудовой деятельности	
УК ОС-4	способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках	<p>Определяет и обосновывает цель публичного выступления или проведения деловой встречи</p> <p>Выбирает форму деловой коммуникации</p> <p>Разрабатывает план публичного выступления или деловой встречи</p> <p>Подбирает аргументы, управляет коммуникацией</p> <p>Демонстрирует знание норм делового этикета своей страны и страны контрагента</p> <p>Выбирает форму делового документа</p> <p>Соблюдает требования к языку делового документа</p> <p>Соблюдает требования по оформлению делового документа</p> <p>Планирует и проводит деловую встречу или публичное выступление на иностранном языке</p> <p>Демонстрирует владение специфической лексикой, распространенной в профессиональной сфере на русском и иностранным языке</p> <p>Использует основные теории мотивации,</p>	<p>Самостоятельно определяет и грамотно обосновывает цель публичного выступления или проведения деловой встречи</p> <p>Выбирает адекватную форму деловой коммуникации</p> <p>Самостоятельно разрабатывает план публичного выступления или деловой встречи</p> <p>Выстраивает внутреннюю логику деловой коммуникации, слышит собеседника</p> <p>Подбирает адекватные аргументы, управляет коммуникацией</p> <p>Демонстрирует комплексное знание норм делового этикета своей страны и страны контрагента</p> <p>Выбирает адекватную форму делового документа</p> <p>Четко соблюдает требования к языку делового документа</p> <p>Четко соблюдает требования по оформлению делового документа</p> <p>Самостоятельно планирует и проводит деловую встречу или публичное выступление на иностранном языке</p>	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии

		<p>лидерства и власти для решения управленческих задач</p> <p>Организует групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды</p> <p>Владеет различными способами разрешения конфликтных ситуаций</p> <p>Анализирует и проектирует межличностные, групповые и организационные коммуникации</p> <p>Анализирует влияние различных факторов на конкретные виды поведения сотрудников и эффективность их трудовой деятельности</p> <p>Оценивает условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений</p>	<p>Демонстрирует свободное владение специфической лексикой, распространенной в профессиональной сфере на русском и иностранном языке</p> <p>Эффективно использует основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач</p> <p>Эффективно организует групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды</p> <p>Уверенно владеет различными способами разрешения конфликтных ситуаций</p> <p>Грамотно анализирует и проектирует межличностные, групповые и организационные коммуникации</p> <p>Самостоятельно анализирует влияние различных факторов на конкретные виды поведения сотрудников и эффективность их трудовой деятельности</p> <p>Адекватно оценивает условия и последствия принимаемых организационно-управленческих</p>	
--	--	--	--	--

			решений	
УК ОС-5	<p>способность проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества</p>	<p>Диагностирует организационную культуру, выявляет ее сильные и слабые стороны, разрабатывает предложения по ее совершенствованию Использует основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач Организует групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия Владеет различными способами разрешения конфликтных ситуаций Анализирует и проектирует межличностные, групповые и организационные коммуникации Оценивает условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений Анализирует взаимосвязи между</p>	<p>Корректно диагностирует организационную культуру, выявляет ее сильные и слабые стороны, самостоятельно разрабатывает предложения по ее совершенствованию Эффективно использует основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач Эффективно организует групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия Уверенно владеет различными способами разрешения конфликтных ситуаций Грамотно анализирует и проектирует межличностные, групповые и организационные коммуникации Адекватно оценивает условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений Самостоятельно</p>	<p>Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>

		функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	анализирует взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	
УК ОС-6	способность выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Строит траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Студент понимает специфику процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности, знает основные методики планирования личного развития и самореализации, приемы саморегуляции эмоциональных и функциональных состояний при выполнении профессиональной деятельности, техники развития лидерских качеств и принципы эффективной коммуникации	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии
УК ОС-7	способность поддерживать уровень физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Знает научно-теоретические основы формирования базовой, спортивной, оздоровительной, рекреационной, профессионально-прикладной физической культуры студента и понимание их интегрирующей роли в процессе формирования здорового образа жизни; Управляет своим физическим здоровьем, самостоятельно занимается различными видами спорта, совре-	Владеет средствами и методами физической культуры для оценки своего физического развития, функционального потенциала, физической работоспособности.	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии

		менными двигательными и оздоровительными системами, применять высокоэффективные оздоровительные и спортивные технологии, практические умения и навыки по физической культуре в производственной деятельности		
УК ОС-8	способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	Понимает факторы безопасности жизнедеятельности и возможность их разрушения при наступлении чрезвычайных ситуаций.	Правильно понимает факторы безопасности жизнедеятельности и возможность их разрушения при наступлении чрезвычайных ситуаций.	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии
УК ОС-9	способность использовать основные экономические знания в различных сферах деятельности	<p>Знание основных экономических терминов и понятий;</p> <p>Знание основных закономерностей функционирования современной экономики;</p> <p>Владение навыками экономических расчетов</p> <p>Умение аргументировать свою точку зрения по экономическим вопросам</p> <p>Навыки работы со статистической информацией</p> <p>Знания основных</p>	<p>Дает грамотные определения основных экономических терминов и понятий;</p> <p>Адекватно формулирует основные закономерности функционирования современной экономики</p> <p>На основе заданной информации осуществляет расчеты экономических показателей.</p> <p>Использует полученные экономические знания для</p>	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии

		<p>инструментов экономической политики государства</p> <p>Умение оценивать влияние экономической политики на социально-экономическую систему на основе базовых макроэкономических моделей</p>	<p>аргументации отстаиваемой точки зрения.</p> <p>Правильно решает учебные задачи по микроэкономике с использованием аппарата математического анализа, линейной алгебры и аналитической геометрии</p> <p>– Умеет рассчитывать и делает обоснованные выводы на основе основных статистических показателей (уровень инфляции, безработицы, динамика ВВП и т.д.)</p> <p>Делает адекватные выводы относительно практического использования инструментов экономической политики.</p> <p>Дает обоснованные оценки экономической политики государства.</p>	
УК ОС-10	<p>способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности</p>	<p>Понимание основных прав, обязанностей, ограничений и ответственности в основных сферах жизнедеятельности</p>	<p>1) Знание основных разделов права</p> <p>2) Умение найти необходимые правовые источники для решения спорных вопросов из различных сфер жизнедеятельности</p>	<p>Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>

УК ОС-11	способен идентифицировать проявления экстремизма и участвовать в принятии профилактических мер, направленных на предупреждение экстремистской, в том числе террористической деятельности	знать причины и условия, способствующие осуществлению экстремистской деятельности в том числе террористической, и предлагает меры, направленные на их профилактику; уметь использовать правовые знания, направленные на противодействие осуществления экстремистской деятельности в том числе террористической, и предлагает меры их профилактики	владеть методами и средствами, направленными на противодействие осуществления экстремистской деятельности в том числе террористической, предлагать меры их профилактики	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии
ОПК ОС-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний экономической и управленческой теории	<p>Владение навыками экономических расчетов</p> <p>- Умение аргументировать свою точку зрения по экономическим вопросам</p> <p>Умение оценивать влияние экономической политики на социально-экономическую систему на основе базовых макроэкономических моделей</p> <p>Самостоятельно формулирует выводы на основе решения задач, требующих знаний экономической и управленческой теории</p> <p>Самостоятельно формулирует выводы на основе решения задач, требующих знаний экономической и управленческой теории</p>	<p>Использует полученные экономические знания для аргументации отстаиваемой точки зрения.</p> <p>Правильно решает учебные задачи по микроэкономике с использованием аппарата математического анализа, линейной алгебры и аналитической геометрии</p> <p>Дает обоснованные оценки экономической политики государства.</p> <p>- Дает характеристику проблем, возникающих в организации на различных этапах жизненного цикла;</p> <p>- проектирует организационные структуры с учетом сформулированных целей и задач организации, определяет состав</p>	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии

			<p>и место подразделений, их ресурсное обеспечение;</p> <p>— понимает сущность процесса делегирования, его основные принципы и проблемы;</p> <p>— устанавливает связь делегирования с организационной структурой компании.</p> <p>— составляет план-график мероприятия с учетом распределения обязанностей</p> <p>— приведет аргументы для обоснования типа организационной культуры</p> <p>— реализует диагностику организационной культуры, позволяющую принять управленческие решения по изменению организационной культуры</p> <p>— представляет комплексный и обоснованный план по изменению организационной культуры на основе проведенной диагностики</p> <p>— приводит детальный анализ кейса, определен тип бизнес-процесса, его</p>	
--	--	--	---	--

			<p>основные характеристики;</p> <p>предлагает соответствующие условиям кейса методы и инструменты диагностики бизнес-процесса</p> <p>Способен назвать основные виды современных организаций и дать им характеристику</p> <p>Может перечислить факторы внешней и внутренней среды организации, обозначить основные ресурсы организации</p> <p>Способен назвать и охарактеризовать основные виды организационных структур управления</p> <p>Может назвать виды мотивации и стимулирования в организации и привести соответствующие примеры для каждого из них</p> <p>Способен назвать этапы контроля в организации, описать цикл контроля</p> <p>Может назвать стили лидерства и объяснить условия применения каждого из них</p>	
ОПК ОС-2	Способен осуществлять сбор и анализ данных, в том числе из открытых источников, необходимых	Находит и отбирает необходимую и достаточную информацию, релевантную поставленным задачам	Находит и анализирует информацию из различных источников, отбирает данные, необходимые для решения поставленных задач	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на

	<p>для решения поставленных управленческих задач, с использованием современных инструментов</p>		<p>дач, оценивает ее качество и релевантность, систематизирует информацию, необходимую и достаточную для проведения анализа внешней среды организации</p> <p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыки работы с основными компьютерными программами и сервисами; - умение создать деловой документ с помощью универсальных программных средств; - умение использовать и создавать шаблоны документов; - умение использовать технологии слияния (рассылки); - навыки совместной работы с электронным документом в режиме рецензирования - текст хорошо структурирован, структура отражена в оглавлении, использован инструмент стилей, средства акцентирования; - таблицы и рисунки пронумерованы, имеют названия; - титульный лист и колонтитулы оформлены в соответствии с требованиями; - соблюдены правила цитирования и оформления сносок; - библиографический список составлен 	<p>уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>
--	---	--	--	---

			<p>в соответствии с требованиями, правильно оформлены ссылки на электронные источники;</p> <p>составлен отчет о проверке текста в академической системе «Антиплагиат»</p>	
ОПК ОС-3	<p>Способен находить организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости и оценивать их последствия</p>	<p>Выбирает методы принятия решений, адекватные поставленным задачам; оценивает последствия принятых решений и их социальную значимость</p> <p>находит необходимую информацию в системе различных отраслей права Российской Федерации;</p> <p>навыки анализа нормативно-правовой информации в системе права, регулирующего коммерческую деятельность Российской Федерации;</p> <p>определение правовых последствий конкретного факта хозяйственной деятельности экономического субъекта.</p>	<p>– Может перечислить и в полной мере охарактеризовать основные функции менеджмента</p> <p>– Может объяснить разницу между понятиями принципов и функций менеджмента</p> <p>– Способен провести анализ текущего состояния компании с использованием таких инструментов, как SWOT- и STEP-анализ</p> <p>– Имеет представление о принятии организационно-управленческих решений как об одной из функций менеджмента</p> <p>Осознает и может определить последствия принимаемых решений с позиций социальной значимости</p> <p>1) определяет в системе законодательства РФ нормативно-правовой акт, содержащий информацию, необходимую для решения конкретной задачи, находит в данном</p>	<p>Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>

			<p>документе раздел (пункт, подпункт), включающий ответ на поставленный вопрос;</p> <p>2) анализирует нормы права, регулирующие предпринимательскую деятельность в РФ, оценивает последствия принятия того или иного управленческого решения;</p> <p>делает выводы о целесообразности осуществления тех или иных операций в профессиональной деятельности.</p>	
ОПК ОС-4	<p>Способен продемонстрировать знания последних прорывных направлений в менеджменте и связанных с ними революционных открытий, технологий и продуктов</p>	<p>Владеет навыками стратегического маркетингового анализа и стратегической диагностики факторов внешней и внутренней среды</p> <p>Демонстрирует знания последних прорывных направлений в менеджменте и связанных с ними революционных открытий, технологий и продуктов</p>	<p>Студент использует методы и модели стратегической диагностики внутренней среды организации и факторов ее внешнего окружения; выявляет необходимость стратегических изменений в организации с учетом жизненного цикла продуктового портфеля в непрерывно изменяющейся рыночной среде; формирует систему взаимно согласованных по уровням маркетинговой среды и управления организацией стратегических решений в области маркетинговой стратегии её развития; оценивает показатели конкурентоспособности продуктов организации</p> <p>Студент понимает специфику</p>	<p>Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>

			<p>применения последних прорывных методов менеджмента и связанных с ними революционных открытий и технологий для выстраивания траектории саморазвития и решения профессиональных задач, владеет современными технологиями самоменеджмента, включая: тайм-менеджмент, технологии НЛП, управление стрессом, принятие эффективных решений в конфликтных ситуациях.</p>	
ОПК ОС-5	<p>Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства</p>	<p>Навыки конвертации бизнес-задач в коммуникационные задачи и индикаторы эффективности;</p> <p>Навыки подготовки корпоративных документов;</p> <p>Знание технологий работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирайтинг и пр.)</p> <p>При решении управленческих задач выбирает и эффективно использует информационные технологии и программные средства</p>	<p>Низкий «неудовлетворительно/зачет» - компетенция не освоена или освоена в недостаточной мере. Студент не знает, либо знает на слабом уровне теоретический материал по дисциплине. Не владеет терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы или называет неуверенно, с ошибками.</p> <p>Пороговый (базовый) «удовлетворительно/зачет» - компетенция освоена удовлетворительно, но недостаточно. Студент освоил основную базу теоретических знаний. Владеет терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы.</p>	<p>Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>

			<ul style="list-style-type: none">- при решении задач данные организованы верно;- выбран оптимальный способ (инструмент) решения;- для расчетов составлены формулы, содержащие арифметические и логические выражения;- встроенные функции использованы по назначению;- название диаграммы отражает основную идею, тип диаграммы выбран в соответствии с типом сравнения;- отсутствует визуальный и информационный шум;- по диаграмме сформулированы выводы;- при построении списка данные структурированы верно;- при вводе данных проводится проверка на выполнение заданных условий, выбор значений из списка;- использована технология сортировки, я созданы группы, выведены промежуточные итоги;- использована технология фильтрации, созданы новые списки, удовлетворяющие сложным критериям отбора записей;- для анализа данных использован инструмент «Сводные таблицы», предложено несколько вариантов	
--	--	--	--	--

			<p>структуры сводной таблицы;</p> <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировано умение решать задачи на подбор параметра и с использованием таблиц подстановки данных. - сформулированы требования к базе данных со стороны пользователей; - построена формальная модель предметной области (ER-модель); - ER-модель преобразована в реляционную модель данных; - модель данных отвечает требованиям нормальных форм; - логическая модель реализована в среде универсальной СУБД (MS Access); - спроектированы различные типы структурированных запросов, отчетов; - созданы экраны формы; <p>спроектирован пользовательский интерфейс с использованием элементов управления</p>	
ПКo OC-1	Способен использовать при осуществлении профессиональной деятельности современные методики маркетинга	Имеет представление о современных методиках маркетинга и о сфере их применения	<p>Перечисляет и в полной мере дает характеристику современных методик маркетинга</p> <p>Объясняет цели и последовательность действий в процессе применения современных методик маркетинга</p> <p>Проводит анализ рынка применительно к выявлению</p>	<p>Конспект отчета на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>

			факторов конкурентоспособности компании Имеет представление о сфере использования методик маркетинга и об отраслевой специфике этого использования.	
ПКо ОС-2	Способен оценивать и учитывать факторы внешней среды бизнеса для повышения конкурентоспособности организации	Выявляет факторы внешней среды бизнеса, определяющие конкурентоспособность организации	<ul style="list-style-type: none"> - Перечисляет основные виды и группы факторов внешней среды бизнеса, проводит анализ текущего состояния внешней среды компании с использованием инструментов PESTEL-анализа и дает рекомендации для повышения конкурентоспособности организации - Называет ключевые мега-тренды глобальной среды и раскрыть их содержание - Называет основные этапы экономических циклов и дать им характеристику - Определяет, что представляет собой процесс сценарного планирования и называет сферы его применимости - Дает характеристику форсайт-технологий и называет сферу их применения - Приводит примеры «черных лебедей» 	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии
ПКо ОС-3	Способен применять в профессиональной деятельности современные методы управления человеческими ресурсами	Владеет ключевыми методами управления человеческими ресурсами Использует методы планирования, набора, отбора, мотивации, адаптации,	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки управления человеческими ресурсами современной организации	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов

		обучения, оценки персонала		экзаменационной комиссии
ПКо ОС-4	Способен применять основные методы финансового менеджмента для обеспечения деятельности организации	Может применять основные методы финансового менеджмента для обеспечения деятельности предприятия	Студент самостоятельно осуществляет выбор методов, адекватных конкретной ситуации, применяет методы оценки финансовой структуры компании, операционных и финансовых рисков, факторов, влияющих на финансовый результат и эффективность деятельности, устойчивое развитие бизнеса	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии
ПКо ОС-5	Способен осуществлять оценку конкурентных преимуществ организации при разработке и реализации стратегии организации	Способен осуществлять оценку конкурентных преимуществ организации при разработке и реализации стратегии организации	Обучающийся демонстрирует: - знание содержания функциональных стратегий компаний; - умение выделять в них основные составляющие; - умение проследить их взаимосвязи; - навыки анализа, диагностики состояния объекта управления; - навыки формирования целей и задач его развития	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии
ПКс-1	владение умениями и навыками проведения системного и комплексного анализа внешней и внутренней среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов	Способность применять методы системного и комплексного анализа внешней и внутренней среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики	Способность применять методы системного и комплексного анализа внешней и внутренней среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики Обучающийся:	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии

	финансово-экономической аналитики	<p>Способность определять и сравнивать показатели, характеризующие среду бизнеса, способность анализировать финансовое состояние организации, формирование финансового результата и эффективность деятельности с использованием инструментов финансово-экономической аналитики, обобщать результаты исследования и представлять их в форме аналитических отчетов.</p> <p>Способность применять методы системного анализа внешней и внутренней среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - рассчитывает и анализирует показатели, характеризующие финансовое состояние организации, - определяет показатели финансового результата и выявляет взаимосвязь между ними - рассчитывает показатели эффективности деятельности организации и строит модели, позволяющие выявить влияние факторов на изменение эффективности деятельности организации <p>использует аналитические приемы для изучения финансового состояния организации и результативности ее деятельности</p> <p>Студент выстраивает алгоритм проведения системного анализа, учитывая особенности бизнеса ; понимает специфику процесса и владеет современными техниками ведения бизнеса; знает основы моделирования бизнеса и формирования деловой среды.</p>	
ПКс-2	<p>владение умениями и навыками анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков, методами проведения социологических исследований с использованием инструмен-</p>	<p>Применение методик сбора и анализа исходных данных, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Обоснованы выбранные методики сбора и анализа исходных данных; - Собраны и проанализированы данные внешней и внутренней среды организации. 	<p>Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>

	<p>тов количественного и качественного анализа, экономико-математических и статистических расчетов, цифровых технологий обработки данных</p>	<p>Способность проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов количественного и качественного анализа, экономико-математических и статистических расчетов, цифровых технологий обработки данных</p> <p>Подбирает типовые методики расчёта экономических и социально-экономических показателей на основе знаний в сферах экономики, менеджмента и использования математических методов в профессиональной деятельности.</p> <p>Применяет типовые методики расчёта показателей, характеризующих финансово-хозяйственную деятельность нефинансовых коммерческих организаций.</p> <p>Осуществляет внутрифирменное планирование и расчеты в сфере государственных и муниципальных закупок, а также управления государственной и муниципальной собственностью, используя типовые методики расчета экономических показателей.</p> <p>Использует финансовую отчетность в качестве информационной базы для расчета на основе типовых методик и действующей нормативно-пра-</p>	<p>Сделаны и обоснованы выводы результатов проведенного анализа.</p> <p>Базовые понятия: конъюнктура, условия и факторы конъюнктуры, методы анализа и прогнозирования конъюнктуры; циклы конъюнктуры, тенденции, сезонность.</p> <p>Выполнять расчеты показателей динамики, макро- и микроиндикаторов, строить прогнозные модели, обрабатывать первичные и вторичные данные.</p> <p>Готовить информацию для отчетов по состоянию конъюнктуры рынков и разрабатывать прогнозные оценки</p> <p>Хорошо подбирает типовые методики расчёта экономических и социально-экономических показателей на основе знаний в сферах экономики, менеджмента и использования математических методов в профессиональной деятельности.</p> <p>Уверенно применяет типовые методики расчёта показателей, характеризующих финансово-хозяйственную деятельность нефинансовых коммерческих организаций.</p> <p>Грамотно осуществляет внутрифирменное планирование и расчеты в сфере государственных и муниципальных закупок, а</p>	
--	--	--	--	--

		<p>вовой базы показателей, характеризующих финансово-хозяйственную деятельность организации. Применяет типовые методики и действующую нормативно-правовую базу рассчитывая экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов.</p>	<p>также управления государственной и муниципальной собственностью, используя типовые методики расчета экономических показателей.</p> <p>Результативно использует финансовую отчетность в качестве информационной базы для расчета на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы показателей, характеризующих финансово-хозяйственную деятельность организации</p> <p>Правильно и обоснованно применяет типовые методики и действующую нормативно-правовую базу рассчитывая экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов.</p>	
ПКс-3	<p>владение умениями и навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием системы метрик маркетинга и брендинга и инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>Владеет навыками стратегического маркетингового анализа и стратегической диагностики факторов внешней и внутренней среды.</p> <p>Владение умениями и навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием системы метрик маркетинга и брендинга и инструментов комплекса маркетинга</p> <p>Способен принимать новую информацию, к</p>	<p>Студент использует методы и модели стратегической диагностики внутренней среды организации и факторов ее внешнего окружения; выявляет необходимость стратегических изменений в организации с учетом жизненного цикла продуктового портфеля в непрерывно изменяющейся рыночной среде; формирует систему взаимно согласованных по уровням маркетинговой среды и</p>	<p>Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>

		<p>самообучению и развитию профессиональных компетенций, совершенствует знания и навыки маркетинговой работы, проведения маркетинговых исследований.</p> <p>Может выбрать и обосновать методы исследования потребителей, проанализировать бренды конкурентов, построить профиль конкурента, применить методы аудита бренда, исследовать капитал бренда и выполнить его стоимостную оценку</p> <p>Способность использовать навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга.</p> <p>Способность проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов количественного и качественного анализа, экономико-математических и статистических расчетов, цифровых технологий обработки данных</p> <p>Составляет портрет целевой аудитории, участвует в проектировании платформ корпоративных брендов</p> <p>Применяет основы выявления и удовлетворения потребно-</p>	<p>управления организацией стратегических решений в области маркетинговой стратегии её развития; оценивает показатели конкурентоспособности продуктов организации.</p> <p>Обучающийся демонстрирует:</p> <p>понимание многоуровневой организации системы маркетинговых метрик; знание ключевых маркетинговых метрик;</p> <p>интерпретировать результаты расчетов маркетинговых метрик; проводить анализ ключевых показателей результативности маркетинга на основе декомпозиции метрик;</p> <p>предлагать мероприятия по рационализации маркетинговой деятельности на основе маркетинговых метрик; разрабатывать предложения по построению портфеля маркетинговых метрик для разных категорий маркетинговых активностей.</p> <p>Обучающийся демонстрирует:</p> <p>Знание нормативных правовых актов, регулирующих маркетинговую деятельность; принципы системного анализа; принципы маркетинга; основы исследований в менеджменте; рыночные методы хозяйствования, закономерности и осо-</p>	
--	--	---	--	--

		<p>стей покупателей товаров, их формирование с помощью маркетинговых коммуникаций, изучения и прогнозирования спрос потребителей, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка</p> <p>Может исследовать бренды как нематериальные активы, изучать бренды конкурентов проводить их сравнительную оценку; проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов); проводить количественные исследования и аудит брендов; проводить оценку стоимости брендов организации; использовать количественные и качественные методы оценки брендов</p> <p>Способность использовать навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга.</p>	<p>бенности развития экономики; методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек в маркетинге</p> <p>категориально-понятийный аппарат маркетинговых исследований, понимать возможности применения маркетинговых исследований, знание рыночных метрик, показателей и индикаторов; методы проведения маркетинговых исследований, особенности проведения маркетинговых исследований, психологические особенности поведения потребителей и исследования потребительского поведения;</p> <p>анализирует текущую рыночную конъюнктуру; Определяет маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; Использует прикладные офисные программы для выполнения статистических расчетов;</p> <p>Планирует проведение маркетингового исследования; составлять техническое задание на исследование; применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;</p>	
--	--	--	--	--

			<p>выявляет рыночные проблемы бизнеса и формулировать цели исследования; встраивать маркетинг в деятельность компании; готовить процесс проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к исследованию.</p> <p>проводит маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; обрабатывает и анализирует полученную информацию; составляет отчеты и рекомендации по результатам маркетинговых исследований, проводит презентации итогов исследований.</p> <p>Студент знает методологические подходы, цели и задачи исследования брендов, процедуры и методы тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов), нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность в области создания и оценки бренда, специфику применения методов исследования и оценки НМА и их отдельных групп, факторы, позитивно и негативно влияющие на рост капитала бренда, элементы, формирующие капитал бренда, может исследовать</p>	
--	--	--	---	--

		<p>довать клиентов брендов, изучать бренды конкурентов и составлять их профиль, проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов), проводить количественные исследования и аудит брендов, проводить оценку стоимости брендов организации, использовать количественные и качественные методы исследования брендов, их воспринимаемого качества, имиджа, ценности, владеет методами оценки брендов, в том числе их стоимости, инструментами аудита бренда, качественными методами исследования имиджа бренда; использует методы дисконтирования будущих денежных потоков, генерируемых брендом, ключевые индикаторы эффективности брендинга.</p> <p>знаниями программного материала; при ответе продемонстрировал исчерпывающее, последовательное и логически стройное изложение; правильно сформулировал понятия и закономерности по вопросу;</p> <p>Использовал примеры из дополнительной литературы и практики; сделал вывод по излагаемому материалу; знает авторов – исследователей (ученых) по данной проблеме;</p>	
--	--	---	--

			<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none">-знание ключевых концепций анализа конкуренции;-особенности концепции 5 сил конкуренции М.Портера; <p>владеть понятийным аппаратом в области конкуренции;</p> <ul style="list-style-type: none">-инструменты анализа конкуренции;-основные понятия Закона о защите конкуренции РФ <p>-осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации о конкурентах;</p> <ul style="list-style-type: none">-обрабатывает полученные данные с помощью методов описательной статистики;-систематизирует и обобщает большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации о конкурентах; <p>-использует прикладные офисные программы для выполнения статистических расчетов и анализа конкурентов.</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления корпоративными брендами.</p> <p>Демонстрирует знания, основ выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров, их формированию</p>	
--	--	--	---	--

			<p>с помощью маркетинговых коммуникаций, изучения и прогнозирования спрос потребителей, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка.</p> <p>С учетом специфики конкретной ситуации корректно использует нормативно-правовую базу признания и оценки нематериальных активов, может выделить активы бренда; может выбрать концепцию капитала бренда и метод его оценки; грамотно использует ключевые показатели и аналитический инструментарий; может выполнить сравнительный анализ применяемых методов и оценить их преимущества и недостатки; может оценить состав и структуру источников финансирования и формирование денежных потоков, их результативность и эффективность; выполнить сравнительный анализ различных стратегий управления капиталом бренда; формулировать обоснованные выводы по результатам выполненной оценки.</p> <p>Студент обладает глубокими и прочными знаниями программного материала; при ответе продемонстрировал исчерпывающее,</p>	
--	--	--	--	--

			последовательное и логически стройное изложение; правильно сформулировал понятия и закономерности по вопросу.	
ПКс-4	владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений	<p>Способность разработать сбалансированные управленческие решения на основе анализа функциональных стратегий.</p> <p>Может разрабатывать и внедрять сбалансированные управленческие решения в сфере операционного менеджмента.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Способность разработать план реализации проекта - Способность подобрать команду проекта <p>Способность оценить эффективность проекта.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Знание основных типов организационно-управленческих решений и методов их принятия - способность выбирать организационно-управленческое решение адекватное конкретной проблеме - способность разрабатывать организационно-управленческое решение для конкретной нестандартной 	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание содержания функциональных стратегий компаний; - умение выделять в них основные составляющие; - умение прослеживать их взаимосвязи; - навыки анализа, диагностики состояния объекта управления; - навыки формирования целей и задач его развития, - навыки выявления способов достижения поставленных целей и задач и нахождения адекватных им управленческих решений, - навыки моделирования вариантов сценариев, оценки результатов и последствий реализаций разных вариантов, - навыки выбора предпочтительного варианта и обоснования выбора; - навыки принятия управленческого решения с учетом различных аспектов развития объекта управления; - навыки доведения принятого решения до исполнения; - навыки управления реализацией решения. <p>Студент понимает сущность операционного менеджмента и</p>	Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии

		<p>ситуации</p> <p>владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений</p> <p>Ориентируется в бизнес-процессах организации. Понимает принципы формирования и роль информационных инструментов, владеет терминологией, методикой расчетов, понимает критерии принятия решений</p> <p>Может применять методы сбора, средства хранения и обработки информации для проведения оценки возможностей инвестирования, выбора источников финансирования, осуществлять выбор показателей и моделей оценки и прогноза, определяют подходящие инструменты управления финансами, использовать методики расчета финансовых показателей</p>	<p>его взаимосвязь с общим и стратегическим менеджментом предприятий, владеет навыками внедрения инновационных технологий в процесс оперативного управления применением инновационных технологий управления для обеспечения эффективного развития.</p> <p>Сформулирована цель проекта</p> <p>Дефрагментированы работы над проектом</p> <p>Определена последовательность работ</p> <p>Разработан сетевой график проекта</p> <p>Определены работы критического пути проекта</p> <p>Определены профессиональные и характерологические требования к кандидату в команду проекта</p> <p>Используются основные инструменты подбора персонала</p> <p>Используются методы оценки кандидата в команду проекта</p> <p>Способен разработать систему мотивации команды проекта</p> <p>Определены показатели, участвующие в расчете эффективности</p>	
--	--	---	--	--

			<p>проекта</p> <p>Использованы адекватные инструменты для расчета эффективности проекта</p> <p>Определены факторы, влияющие на эффективность проекта</p> <p>Рассчитано влияние факторов на эффективность проекта (чувствительность проекта).</p> <p>знает основные разновидности организационно-управленческих решений и методов их принятия</p> <p>знает взаимосвязь проблемы и решения с элементами механизма менеджмента</p> <p>проведен анализ практической проблемы из сферы бизнеса/менеджмента</p> <p>методы диагностики соответствуют целям диагностики</p> <p>дана сравнительная оценка альтернативных решений с точки зрения их эффективности и социальной значимости</p> <p>приведено аргументированное обоснование выбранного</p>	
--	--	--	---	--

			<p>варианта решения. Освоение знаний о сущности управленческого решения, условиях и методах разработки управленческого решения в операционной (производственной) деятельности</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки для работы с информационной базой управленческих решений</p> <p>Студент самостоятельно планирует и организует сбор первичной и вторичной информации, планирует и прогнозирует источники финансирования деятельности организации, оценивает степень влияния выбора финансовой стратегии на результативность деятельности предприятия, применяет методы финансового менеджмента для оценки активов, управления капиталом, формирования дивидендной политики и структуры капитала применяет методы финансового менеджмента</p>	
ПКс-5	способность участвовать в раз-	Может разрабатывать и внедрять инновационные технологии	Студент понимает взаимосвязь са-	Конспект от-вета на во-просы, ответы

	<p>работке и внедрении инновационных платформ (систем, технологий, продуктов) корпоративного развития</p>	<p>корпоративного развития. Может использовать ключевые параметры и показатели маркетинговой деятельности организации для принятия стратегических решений о расширении продуктового портфеля, освоении новых рынков, создании продуктов и т.д. Может использовать инновационные методы бизнес-психологии для формирования траектории личного и корпоративного развития. Использует системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации. Способностью разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию. Может разрабатывать и внедрять инновационные технологии корпоративного развития. Может разрабатывать и внедрять инновационные технологии корпоративного развития. Руководить работой по системному развитию и оптимизации</p>	<p>менеджмента, инновационной активности и корпоративного развития предприятий, владеет навыками внедрения инновационных технологий в процесс саморазвития и применения инновационных технологий управления командой для обеспечения корпоративного развития организации. Студент оценивает и рассчитывает параметры и показатели эффективности и результативности маркетинговой деятельности; дает оценку основным рыночным показателям с точки зрения маркетинговой деятельности компании; использует параметры показатели эффективности маркетинговой деятельности и рынка в целом для формирования комплексных стратегий развития бизнеса организаций. Студент понимает взаимосвязь самоденеджмента, инновационной активности и корпоративного развития предприятий, владеет навыками внедрения инновационных технологий в процесс саморазвития и применения инновационных технологий управления командой для обеспечения корпоративного развития организации. Способен создавать отчеты по</p>	<p>на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>
--	---	---	---	---

		<p>операционной и организационной структуры маркетинговой службы организации</p>	<p>результатам маркетингового исследования для разработки инновационных технологий корпоративного развития.</p> <p>умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации.</p> <p>Умение разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию</p> <p>Студент понимает взаимосвязь инновационных методов бизнес-психологии и корпоративного развития предприятий, владеет навыками внедрения инновационных технологий в процесс управления организацией и применения инновационных технологий управления командой для обеспечения корпоративного развития организации</p> <p>Студент знает основные методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации для анализа корпоративной среды организации; методы диагностики лояльности сотрудника компании, современные технологии исследования корпоративной среды организации; методы</p>	
--	--	--	---	--

			<p>бизнес- психологии для формирования корпоративной культуры и развития компании; инновационные способы управления человеческими ресурсами организации; способен проводить диагностику корпоративной культуры в организации и формировать корпоративную культуру в случае необходимости, анализировать и разрабатывать стратегии формирования корпоративной культуры в организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности;</p> <p>Студент использует инструменты управления подразделениями и группами сотрудников, осознает потенциальные направления сопротивления изменениям, умеет оценивать потенциал конкретных подразделений и сотрудников по реализации конкретных маркетинговых программ, понимает основные инструменты контроля за исполнением программ и планов маркетинга.</p>	
ПКс-6	<p>способность участвовать в разработке и реализации маркетинговых программ (проектов, систем, технологий) с использованием ин-</p>	<p>Может разрабатывать маркетинговые программы на основе предварительной оценки маркетинговой среды организации и ее составляющих, существенной</p>	<p>Студент оценивает и изучает ключевые составляющие маркетинговой среды организации, дает оценку предварительной и итоговой эффективности маркетинговых каналов и инструментов,</p>	<p>Конспект отчета на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов</p>

	<p>информации, влияющей на деятельность организации и используя современные каналы и инструменты коммуникации с конечным потребителем.</p> <p>способен участвовать в разработке и реализации маркетинговых программ (проектов, систем, технологий) с использованием инструментов комплекса маркетинга.</p> <p>Может разрабатывать и внедрять технологические и продуктовые инноваций.</p> <p>Самостоятельно разрабатывает подход к внедрению маркетинговых коммуникаций в организации с использованием маркетингового комплекса и инструментов</p> <p>Знает теоретические и правовые основы ценообразования, методы ценообразования, структуру цены и правила ее расчета</p> <p>Рассчитывает цену на основе научно обоснованных и применяемых на практике методов</p> <p>Демонстрирует способность к разработке, внедрению и совершенствованию политики ценообразования организации, как инструмента комплекса маркетинга.</p> <p>Способность к разработке и реализации</p>	<p>собирает и анализирует существенную информацию, влияющую на деятельность организации, владеет навыками системного и критического мышления при изучении материалов, касающихся деятельности организации</p> <p>умеет сегментировать целевые аудитории и определять этапы жизненного цикла товара, использует современные технологии и инструменты коммуникации с конечным потребителем, владеет методами оценки конкурентных преимуществ.</p> <p>Обучающийся демонстрирует:</p> <p>знания базовых концепций стратегического маркетинга, макро- и микроокружения; инструменты стратегического анализа; ключевые понятия стратегического маркетинга; принципы разработки маркетинговых стратегий; типовые стратегии маркетинга-микс: продуктовая, ценовая, продвижения и дистрибуции;</p> <p>проводить стратегический анализ информации с использованием инструментария, интерпретировать результаты анализа, участвовать в разработке и реализации маркетинговых стратегий</p>	<p>экзаменационной комиссии</p>
--	---	---	---------------------------------

		<p>программ интегрированных маркетинговых коммуникаций</p> <p>Участствует в управлении проектом, программой</p> <p>внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой</p> <p>организационных изменений компании.</p> <p>Составляет портрет целевой аудитории, участвует в проектировании платформ корпоративных брендов .</p> <p>Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации.</p> <p>Составляет портрет целевой аудитории, участвует в проектировании платформ корпоративных брендов</p>	<p>готовить аналитические материалы в рамках проведения стратегического анализа;</p> <p>разрабатывать стратегические альтернативы в процессе подготовки предложений по маркетинговой стратегии.</p> <p>Студент знает и умеет сравнивать основные подходы к разработке продуктов, способен выбрать подход с учетом особенностей продукта. Знает последовательность этапов разработки нового и улучшения текущего продукта. Знает основные прикладные задачи аналитики в product-менеджменте.</p> <p>Студент понимает специфику процессов маркетинга услуг, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей коммуникационной стратегии компании, знает основные инструменты маркетинговых коммуникаций и принципы эффективной коммуникации, а также стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации</p> <p>Уверенно освещает теоретические и правовые основы ценообразования, методы ценообразования, структуру цены и правила ее расчета</p>	
--	--	---	--	--

			<p>Правильно рассчитывает цену на основе научно обоснованных и применяемых на практике методов</p> <p>Уверенно демонстрирует способность к разработке, внедрению и совершенствованию политики ценообразования организации, как инструмента комплекса маркетинга</p> <p>Студент использует интегрированный подход к разработке программ бренд-коммуникаций. Оценивает факторы, оказывающие влияние на разработку программ комплекса ИМК,</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления корпоративными брендами.</p> <p>Студент понимает специфику технологий интеллектуального сервиса, основные принципы маркетингового управления интеллектуальным продуктом, понятия правовой охраны патентного права и интеллектуальной собственности, средства индивидуализации и разработки маркетинговых программ и коммуникаций в сфере интеллектуальных услуг</p>	
ПКс-7	владение умениями и навыками проектирования и	Составляет портрет целевой аудитории, участвует в	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления	Конспект ответа на вопросы, ответы

	<p>управления корпоративными брендами.</p> <p>проектировании платформ корпоративных брендов</p> <p>Участствует в проектировании управления брендами, применяет технологии проектирования взаимоотношений и ко-брендинга</p> <p>Участствует в разработке и реализации мер по развитию и укреплению культуры брендов организации с применением технологий управления впечатлениями, деловой репутацией и лояльностью корпоративным брендам</p> <p>Участствует в проектировании платформ интеллектуально-сервисного взаимодействия, осуществляет коммуникацию на B2B рынке</p> <p>Участствует в проектировании системы управления впечатлениями бренда</p> <p>Участствует в разработке и реализации мер по развитию и укреплению культуры брендов организации с применением технологий управления лояльностью корпоративным брендам</p> <p>Участствует в проектировании и управлении WEB-брендами</p> <p>Составляет портрет целевой аудитории, участвует в проектировании платформ корпоративных брендов</p>	<p>корпоративными брендами</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и навыки проектного управления брендами (бренд-билдинг) с применением технологий проектирования взаимоотношений бренда и ко-брендинга</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки в разработке и реализации мер по развитию и укреплению культуры брендов организации с применением технологий управления впечатлениями, деловой репутацией и лояльностью корпоративным брендам</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования АВМ программ</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления впечатлениями бренда</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки в разработке и реализации мер по развитию и укреплению культуры брендов организации с применением технологий управления лояльностью корпоративным брендам</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления WEB-брендами</p>	<p>на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>
--	---	---	---

		<p>Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации</p> <p>Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации</p>	<p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления корпоративными брендами</p> <p>Студент понимает специфику разработки CRM и коммуникационной стратегий, основные принципы управления данными, механики набора базы. Умеет различать разные виды аналитики, понимает методику построения отчетности и работы с лояльностью</p> <p>Студент понимает специфику разработки СХ и коммуникационной стратегий, основные принципы управления данными, механики набора базы. Умеет различать разные виды аналитики, понимает методику построения отчетности и работы с лояльностью</p>	
ПКс-8	<p>владение креативными умениями и навыками создания конкурентоспособных корпоративных брендов.</p>	<p>Способность выбрать необходимые методы исследования, разработать дизайн-исследования в области брендинга, произвести обработку данных, сформулировать рекомендации по результатам маркетинговых исследований в области брендинга</p> <p>Обосновывает выбор источников и способов формирования культуры исследуемого бренда. Участвует в разработке концепции бренд-ориентированной культуры</p>	<p>Способен оценивать: стадию жизненного цикла, отрасль и рынок, а также иные значимые показатели; общий уровень развития маркетинговых исследований на предприятии с точки зрения инструментария и бюджетирования; адекватно выбраны ключевые направления маркетинговых исследований в области брендинга, на их основе выбраны показатели результатов; проведены расчеты отдельных по-</p>	<p>Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>

	<p>организации, формировании ценностных и имиджевых платформ корпоративных брендов</p> <p>Обосновывает выбор направлений и моделей позиционирования брендов. Участвует в разработке и реализации мер по позиционированию брендов организации</p> <p>Составляет портрет целевой аудитории, участвует в проектировании платформ корпоративных брендов</p> <p>Разрабатывает модель интегрированного бренда, составляет программу индивидуализации корпоративного бренда, программу развития личного бренда</p> <p>Участвует в разработке концепции фирменных названий, слогана, логотипа, упаковки, дизайна сайта для создания фирменного стиля и бренд-бука компании</p> <p>Владеет базовыми моделями организации творческого процесса при создании текстов в рекламе</p> <p>Участвует в разработке концепции фирменных названий, слогана, логотипа, упаковки, дизайна сайта для создания фирменного стиля и бренд-бука компании</p>	<p>казателей как результаты исследования в области брендинга</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки разработки концепции бренд-ориентированной культуры организации, формирования ценностных и имиджевых платформ корпоративных брендов</p> <p>Демонстрирует знания моделей, подходов и направлений позиционирования брендов организации, ключевые умения и навыки разработки и реализации эффективного позиционирования брендов</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления сильных корпоративных брендами</p> <p>Демонстрирует знания и ключевые умения и навыки построения пирамиды ценностей и матрицы развития гибких навыков бренда, применения больших данных в управлении брендами, внедрения алгоритмов кастомизации продуктов.</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки разработки фирменных названий, слогана, логотипа, упаковки, дизайна сайта для создания фирменного стиля и бренд-бука компании</p>	
--	--	---	--

		<p>Способен самостоятельно осуществлять сбор и анализ бизнес и маркетинговой информации, необходимой для разработки дизайн-концепции бренда.</p> <p>Составляет портрет целевой аудитории, участвует в проектировании платформ корпоративных брендов</p>	<p>Студент знает теоретико-методологические представления о сущности рекламного текста, владеет основными стратегиями их создания, а также навыками практической работы по генерированию творческих идей и воплощению их в рекламных и PR-текстах</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки разработки фирменных названий, слогана, логотипа, упаковки, дизайна сайта для создания фирменного стиля и брендбука компании</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки при проведении анализа бизнес и маркетинговой информации, необходимой для разработки дизайн-концепции бренда.</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления корпоративными брендами</p>	
ПКс-9	<p>владение специальными умениями и навыками разработки и реализации программ и проектов продвижения корпоративных брендов.</p>	<p>Способность к разработке и реализации маркетинговых программ продвижения брендов.</p> <p>Может разработать и реализовать рекламные и PR-мероприятий по привлечению новых потребителей.</p> <p>Способен разработать концепцию медиапроекта, составить портрет</p>	<p>Студент использует подход к разработке программ продвижения бренда. Оценивает факторы, оказывающие влияние на разработку программ продвижения.</p> <p>Студент изучает специфику отрасли деятельности и его конкурентов; формирует программу рекламных и PR-проектов</p>	<p>Конспект ответа на вопросы, ответы на вопросы билета, решения расчетных задач, ответы на уточняющие вопросы членов экзаменационной комиссии</p>

		<p>рет целевой аудитории, сформировать креативную составляющую медиапроекта, выбрать инструменты бренд-коммуникаций, разработать коммуникационную кампанию продвижения медиапроекта, способен оценить эффективность медиапроекта</p> <p>Способен организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);</p> <p>Может разработать и реализовать специальные (событийные) мероприятия для новых потребителей товаров</p> <p>Может разработать маркетинговую программу с использованием инструментов DIGITAL-брендинга</p> <p>Может разработать и реализовать программу бренд-коллабораций.</p> <p>Способность к разработке и реализации программ интегрированных маркетинговых коммуникаций</p> <p>Способность к проектированию и продвижению брендов, вклю-</p>	<p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки создания и продвижения конкурентоспособного медиапроекта</p> <p>Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки в организации и поддержании связи с деловыми партнерами</p> <p>Усвоен понятийный аппарат и нормативные правовые акты; обработана необходимая маркетинговая информация; сформирован комплекс ключевых элементов проекта в области DIGITAL-брендинга и разработано техническое задание на его реализацию;</p> <p>Студент знает, в чём суть программ бренд-коллабораций. Формулирует и использует концепции творчества и добавленной ценности.</p> <p>Студент использует интегрированный подход к разработке программ бренд-коммуникаций. Оценивает факторы, оказывающие влияние на разработку программ комплекса ИМК,</p> <p>Усвоен понятийный аппарат, демонстрирует знания, ключевые умения и навыки продвижения брендов включая рекламные технологии, технологии ньюсмейкинга и паблисити</p>	
--	--	---	---	--

		чая рекламные технологии, технологии ньюсмейкинга и публицити		
--	--	---	--	--

3. Шкалы оценивания

По результатам государственной итоговой аттестации выставляется оценка за сдачу государственного экзамена.

Оценка результата экзамена проводится на открытом заседании ГЭК.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал различной литературы, правильно обосновывает принятое нестандартное решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач по формированию общепрофессиональных компетенций.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, а также имеет достаточно полное представление о значимости знаний по дисциплине.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает сложности при выполнении практических работ и затрудняется связать теорию вопроса с практикой.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, неуверенно отвечает, допускает серьезные ошибки, не имеет представлений по методике выполнения практической работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по данной дисциплине.

По результатам государственной итоговой аттестации выставляется оценка за ВКР.

Оценка результата защиты ВКР производится на открытом заседании ГЭК.

Оценка «отлично» выставляется в том случае, если содержание ВКР соответствует выбранному направлению подготовки (специальности) и теме работы; в ВКР проведен количественный анализ проблемы, который подкрепляет теорию и иллюстрирует реальную ситуацию, приведены таблицы сравнений, графики, диаграммы, формулы, показывающие умение автора анализировать результаты исследования; в работе отчетливо выделена цель и грамотно сформулированы задачи исследования; в работе широко используются материалы исследования, проведенного автором самостоятельно или в составе группы; во введении к ВКР раскрыта актуальность темы исследования; выводы логичны и соответствуют цели и задачам работы; выводы последовательны и включают все полученные результаты; ВКР имеет высокую научно-методическую значимость; в работе дан обстоятельный анализ степени теоретического исследования проблемы, различных подходов к ее решению; сделаны доклады по материалам ВКР на конференциях, симпозиумах и семинарах всероссийского и международного масштаба; ВКР прошла предзащиту; обзор литературы по теме ВКР представлен в основном современными источниками, отмечены работы ученых последних пяти лет; обзор литературы по теме ВКР представлен широким перечнем работ, сделан грамотный анализ источников и литературы; осуществлена и корректно отражена в

ВКР статистическая обработка результатов исследования; по материалам ВКР студент имеет акты внедрения и публикации в виде тезисов и материалов конференций или в сборниках трудов и статей; приложения к работе иллюстрируют достижения автора и подкрепляют его выводы; студент во время доклада грамотно оперирует научной терминологией, доклад составлен в научном стиле; ВКР оформлена в установленном порядке; к защите ВКР подготовлена мультимедийная презентация доклада, отражающая суть работы; студент легко ориентируется по материалу ВКР и дает развернутые и полные ответы на вопросы при защите ВКР.

Оценка «хорошо» выставляется в том случае, если в ВКР отчетливо выделена цель и задачи исследования; введение к ВКР недостаточно полно раскрывает актуальности темы исследования; выводы соответствуют полученным результатам; выводы логичны, имеются лишь незначительные неточности; ВКР оформлена в установленном порядке с незначительными погрешностями в оформлении; основные положения ВКР раскрыты на достаточном теоретическом и методологическом уровне; практические рекомендации обоснованы; при обсуждении результатов исследования студент самостоятельно осмысливает результаты, умеет сравнить и сопоставить их с уже известными фактами, описанными в научной литературе; студент во время доклада грамотно оперирует научной терминологией, в речи прослеживается научный стиль с небольшими погрешностями; студент достаточно ориентируется в содержании ВКР; студент способен дискутировать по отдельным вопросам, задаваемым на защите ВКР; таблицы, графики и другой визуальный материал в ВКР оформлены в соответствии с требованиями, предъявляемыми к ВКР.

Оценка «удовлетворительно» выставляется в том случае, если в ВКР имеются значительные погрешности в оформлении, неопределенно сформулированы цель и задачи, неграмотно или необоснованно составлены или отсутствуют выводы; в работе мало использована необходимая для раскрытия темы научная литература, нормативные документы, а также материалы исследований; введение к ВКР не полностью раскрывает актуальности темы исследования; ВКР оформлена в установленном порядке с незначительными погрешностями и опечатками; ВКР представляет собой набор фрагментарных результатов без корректного анализа; имеет место незначительное несоответствие содержания ВКР заявленной теме; исследуемая проблема в основном раскрыта, но не отличается новизной, теоретической глубиной и аргументированностью; нарушена логика изложения материала, задачи исследования раскрыты не полностью; ВКР чрезмерно насыщена дублированием результатов проводимых ранее исследований; научная стилистика изложения материала не полностью соответствует современному научному уровню; обзор литературы фрагментарный, без охвата всего временного интервала исследования по данной теме, актуальные источники и литература отсутствуют; содержание приложений не отражает решения поставленных задач; нарушена научная стилистика изложения материала; студент с трудом отвечает на вопросы при проведении защиты ВКР; таблицы, графики и другой визуальный материал в ВКР не соответствуют правилам оформления; теоретические положения слабо связаны с целью исследования, практические рекомендации носят формальный бездоказательный характер; часть ВКР представляет собой базовый вариант законченного исследования или методической разработки.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется в том случае, если ВКР выполнена фрагментарно, состоит из отдельных, не связанных между собой блоков; ВКР является результатом компиляции, а не личных исследований автора; доклад студента на защите ВКР происходит в виде плохо осмысленного прочтения материала; обзор литературы не раскрывает научных аспектов современного состояния изученной проблематики; обзор литературы по теме ВКР акцентирован на литературе ограниченного временного интервала, небольшой объем проработанного литературного материала, большая часть источников опосредованно связана с темой ВКР; представлена отрицательная рецензия с обоснованием не-

удовлетворительной оценки; работа содержит существенные и поверхностную аргументацию основных положений; содержание ВКР не соответствует теме и направлению подготовки (специальности); ВКР содержит многочисленные грамматические и синтаксические ошибки; студент плохо ориентируется в использованных методах исследования по ВКР присутствуют теоретико-методологические ошибки

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

4.1. Общая характеристика выпускной квалификационной работы

ВКР представляет собой выполненную обучающимся или несколькими обучающимися совместно работу, демонстрирующую уровень подготовленности обучающегося к самостоятельной профессиональной деятельности. Выпускная квалификационная работа представляет собой самостоятельное и логически завершенное исследование, связанное с решением задач того вида (видов) профессиональной деятельности, к которой готовится бакалавр (организационно-управленческая и информационно-аналитическая).

Общие требования к ВКР.

Рекомендуемый объем ВКР (без учета приложений) составляет для выпускной работы – 50-70 страниц.

Структура ВКР содержит следующие основные элементы: титульный лист; оглавление; обозначения и сокращения (при наличии); введение; основная часть; заключение; список литературы; приложения (при наличии).

ВКР, предоставляемая на защиту, должна быть переплетена (сброшюрована).

Тексты работ размещаются в электронно-библиотечной системе Академии. Тексты работ проверяются на объем заимствования, в том числе содержательного, с выявлением неправомерных заимствований.

4.2. Перечень вопросов государственного экзамена (при наличии)

Приводится типовая перечень вопросов (тем) выносимых на государственный экзамен

1. Цели, задачи и виды маркетинговых исследований.
2. Техническое задание на проведение маркетингового исследования.
3. Источники маркетинговой информации и методы проведения опросов, наблюдений и экспериментов.
4. Статистическая обработка результатов исследования.
5. Основные метрики рынка.
6. Ситуационный, ретроспективный и прогнозный анализ рынка.
7. Методы замера емкости рынка.
8. Методы исследования конкурентов.
9. Методы изучения потребителей.
10. Формы представления и презентация результатов маркетингового исследования
11. Модели поведения потребителей.
12. Методы анализа потребителей.
13. Анализ факторов, влияющих на поведение потребителей.
14. Анализ процесса принятия решения о покупке и послепокупочного поведения.
15. Особенности анализа организационного покупательского поведения.
16. Маркетинговые исследования потребительских ожиданий и предпочтений.
17. Методы исследования брендов
18. Инструменты исследования бренда
19. Технологии исследования брендов

20. Стратегический анализ брендов
21. Аудит бренда
22. Методы оценки капитала бренда
23. Методы оценки эффективности брендинга.
24. Конкурентные метрики брендов.
25. Финансовые метрики эффективности брендинга.
26. Макроэкономическая аналитика в бренд-менеджменте.
27. Стратегический анализ бренда.
28. Концепции бренд-менеджмента
29. Модели управления капиталом бренда.
30. Структура активов капитала бренда.
31. Управление имиджем бренда.
32. Концепции контактного брендинга.
33. Управление качеством бренда.
34. Управление лояльностью к бренду.
35. Ключевые индикаторы эффективности (KPI) брендинга.
36. Сбалансированная система показателей (BSC) брендинга.
37. Методы и инструменты HR-брендинга
38. Конкурентоспособность брендов организации.
39. Стратегии и программы развития брендов организации.
40. Инструменты и технологии бренд-менеджмента.
41. Управление активами брендов организации.
42. Управление впечатлениями бренда.
43. Управление внутриорганизационным брендингом.
44. Методы проектирования брендов.
45. Архитектура бренда и оптимизация марочного портфеля.
46. Стратегии линейного расширения бренда.
47. Категориальное расширение брендов.
48. Мультимарочная стратегия и стратегия диверсификации брендов.
49. Репозиционирование бренда и ребрендинг.
50. Потребительская ценность бренда.
51. Формирование потребительских впечатлений о бренде.
52. Воздействие на потребительское восприятие бренда.
53. Управление впечатлениями бренда.
54. Концепции индивидуализации брендов.
55. Модели индивидуализации бренда.
56. Инструменты индивидуализации брендов.
57. Правовая защита средств индивидуализации брендов.
58. Технологии нейминга.
59. Технологии сторителлинга.
60. Технологии персонификации брендов.
61. Этапы проектирования индивидуальности бренда.
62. Концепции бренд-ивент менеджмента.
63. Типология и классификация специальных событий.
64. Бренд-ивент менеджмент в системе управления бренд-коммуникациями.
65. Инструменты бренд-ивент менеджмента.
66. Технологии бренд-ивент менеджмента.
67. Бренд-ивент менеджмент в стимулировании продаж.
68. Планирование специальных событий.
69. Методы оценки эффективности специальных событий.
70. Методы и инструменты ньюсмейкинга и паблисити

71. Стратегии позиционирования брендов
72. Методы позиционирования брендов.
73. Инструменты и технологии позиционирования брендов.
74. Культурная идентификация брендов
75. Мифология в культуре брендов.
76. Теория архетипов. Роль архетипов в брендинге.
77. Бренд в кросскультурной среде.
78. Культурные стереотипы в брендинге.
79. Роль символов в культуре брендов.
80. Знаковые функции бренда.
81. Ценностные платформы бренда.
82. Личностные платформы бренда.
83. Имиджевые платформы бренда.
84. Концепции бренд-ориентированной культуры организации.
85. Программы продвижения бренда.
86. Этапы разработки программы продвижения бренда.
87. Бюджетирование программ продвижения брендов.
88. Оценка эффективности программы продвижения бренда.
89. Планирование марочных продаж.
90. Клиентский капитал бренда.
91. Проектирование взаимоотношений бренда
92. Проектирование экосистемы бренда

5. Методические материалы

ГИА проводится государственными экзаменационными комиссиями в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися образовательных программ соответствующим требованиям образовательного стандарта, самостоятельно утвержденного Академией. К ГИА допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по соответствующей образовательной программе. ГИА обучающихся проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы.

Для проведения ГИА создаются государственные экзаменационные комиссии. Для рассмотрения апелляций по результатам ГИА создаются апелляционные комиссии.

Основной формой деятельности комиссий являются заседания. Заседания комиссий правомочны, если в них участвуют не менее двух третей от числа лиц, входящих в состав комиссий. Заседания комиссий проводятся председателями комиссий. Решения комиссий принимаются простым большинством голосов от числа лиц, входящих в состав комиссий и участвующих в заседании. При равном числе голосов председатель комиссии обладает правом решающего голоса.

Программа государственной итоговой аттестации публикуется на сайте института и содержит в себе требования к государственному экзамену и выпускным квалификационным работам, включающим порядок их сдачи и выполнения; критерии оценки, а также порядок подачи и рассмотрения апелляций.