Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) подготовки 38.03.06.30 Торговое дело

Красноярск 2023

СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ | SIBERIAN FEDERAL UNIVERSITY
ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 6EA1 7389 2A8A 5ACD E60C 3E69 C5A6 A666
Владелец: ФГАОУ ВО "СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"
Действителен: с 24 мая 2022 г по 17 августа 2023 г.

Разработчик(и)

доктор экономических наук, профессор
кафедры торгового дела и маркетинга — Суслова Ю.Ю.

доктор экономических наук, профессор
кафедры торгового дела и маркетинга — Щербенко Е.В.

доктор экономических наук, профессор
кафедры торгового дела и маркетинга — Куимов В.В.

кандидат экономических наук, доцент
кафедры торгового дела и маркетинга — Волошин А.В.

кандидат технических наук, доцент
кафедры торгового дела и маркетинга — Нечушкина Е.А.

Программа принята на заседании кафедры торгового дела и маркетинга 11.05.2023 года, протокол № 9

1 Общая характеристика государственной итоговой аттестации

1.1 Целью проведения государственной итоговой аттестации (далее – ГИА) является определение соответствия результатов освоения обучающимися образовательной программы высшего образования соответствующим требованиям федерального государственного стандарта по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (квалификация (степень) выпускника бакалавр), (утв. Приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020 г. №963)

1.2 Основные задачи ГИА направлены на формирование и проверку освоения следующих компетенций:

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

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

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

УК-4 способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

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

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

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

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

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

УК-10 способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-11 способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности

ОПК-1 способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-

экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах

ОПК-2 способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности

ОПК-3 способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов;

ОПК-4 способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;

ОПК-5 способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.

ОПК-6 способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

ОУК-1 способен использовать в различных сферах жизни и профессиональной деятельности критерии оценки соблюдения принципов ESG; действовать в направлении коллективного благополучия, преодоления системных кризисов и глобальных вызовов

ПК-1 способен осуществлять планирование основных показателей деятельности предприятия сферы торговли и услуг

ПК-2 способен осуществлять контроль функционирования и анализ результативности платежной системы

ПК-3 способен осуществлять управление изменениями и развитием платежной системы

ПК-4 способен разрабатывать и обосновывать решения в части деятельности, относящейся к сфере торговли и услуг

ПК-5 способен эффективно использовать человеческие ресурсы и потенциал предприятия

ПК-6 способен использовать технологии бережливого производства в торговле

ПК-7 способен использовать современные информационные системы и интернет технологии в целях повышения эффективности продаж и деятельности предприятия

ПК-8 способен осуществлять разработку концептуальной модели платежной системы, бизнес-плана ее развития, базовых правил и системы управления рисками платежной системы

ПК-9 способен осуществлять формирование и прогнозирование цен на товары, работы услуги

ПК-10 способен осуществлять закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд

ПК-11 способен осуществлять консультирование в сфере закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд

ПК-12 способен организовывать и осуществлять продажи, в том числе с помощью современных информационных технологий

ПК-13 способен обеспечивать разработку каналов сбыта и управлять проектами по поставкам и продвижению товаров к потребителям

ПК-14 способен на основе изучения спроса обеспечить взаимодействие с субъектами товаропроизводящей сети

ПК-15 способен принимать участие в научных исследованиях в сфере профессиональной деятельности

ПК-16 способен проводить исследования в информационно-коммуникационной сети "Интернет"

1.3 Формы ГИА:

- государственный экзамен;
- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

1.4 Объем государственной итоговой аттестации:

Объем государственной итоговой аттестации - 9 з. е., из них:

- государственный экзамен 3 з.е.;
- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы 6 з.е.

2 Структура и содержание государственной итоговой аттестации

2.1 Государственный экзамен

2.1.1 Государственный экзамен проводится в устной форме. Государственный экзамен выпускника проводится по комплексу дисциплин, обеспечивающих основу профессиональной подготовки с целью определения соответствия его подготовки требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования. Для проведения государственного междисциплинарного экзамена формируется комиссия в составе председателя, членов ГЭК, секретаря. Состав комиссии утверждается приказом ректора. В структуру экзаменационных билетов включены два вопроса из утвержденного перечня вопросов к государственному междисциплинарному экзамену и задача. Контрольные вопросы охватывают весь перечень знаний, предусмотренных рабочими программами соответствующих дисциплин государственного образовательного стандарта. Вопросы позволяют оценить уровень теоретической и практической подготовки выпускника. Экзамен является одной из форм итогового контроля знаний студентов.

К государственному экзамену допускаются лица, завершившие полный курс теоретического обучения по образовательной программе и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом. Допуск к государственному экзамену оформляется приказом ректора. Перед государственными экзаменами проводятся обязательные консультации обучающихся по вопросам утвержденной программы государственных экзаменов. Государственные

экзамены проводятся по билетам, составленным в полном соответствии с учебными программами дисциплин и утвержденным директором института. Обучающиеся делают необходимые записи по каждому вопросу на выданных секретарем ГЭК листах бумаги с печатью или штампом института. После завершения устного ответа члены ГЭК, с разрешения председателя, могут задать дополнительные и уточняющие вопросы, а также давать дополнительные задачи и примеры, не выходящие за пределы программы государственного экзамена.

2.1.2 Содержание государственного экзамена:

Модуль (Дисциплина)	Перечень вопросов и заданий	Перечень компетенций, проверяемых вопросом / заданием по модулю (дисциплине)
Коммерческая деятельность в торговле	1. Объекты и субъекты коммерческой деятельности. Роль коммерческой деятельности в развитии экономики. 2. Целеполагание и формулирование задач в коммерческой деятельности. 3. Материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности 4. Система обслуживания покупателей. Основные направления её совершенствования. Показатели качества обслуживания. 5. Коммерческие риски и способы их уменьшения. Управление рисками. 6. Хозяйственные связи в коммерческой деятельности, их особенности при сетевых взаимодействиях. 7. Договоры в коммерческой деятельности. Принципы и порядок заключения договоров. 8. Организация закупки товаров: цели, задачи. Выбор поставщиков товарных ресурсов. 9. Сущность и задачи товарных запасов. Методики определения объема потребности в запасах. 10. Сбытовая деятельность в системе экономических отношений коммерческой деятельности. 11. Эффективность коммерческой деятельности. Оценка результатов и эффективности деятельности предприятия торговли. 12. Финансовое обеспечение коммерческой деятельности 13. Организация и управление коммерческой деятельностью предприятий.	ОПК-3 ОПК-4
Цифровые технологии и инфраструктура торговли	14. Основные понятия и классификация платёжных систем 15. Основные проблемы безопасности в цифровой торговле и способы их решения	ОПК-5 ОПК-6
Товарно-ассортиментная политика и продуктовый	16. Исследование рынков в коммерческой деятельности. 17. Прогнозирование покупательского спроса. 18. Организация формирования ассортимента	ПК-4 ПК-14

портфель в ритейле и e-commerce	товаров. Показатели оценки ассортимента. 19. Планирование, формирование и управление ассортиментом предприятия 20. Разработка и внедрение нового товара на рынок 21. Стратегические решения в товарной политике предприятия	
Маркетинг в торговле и сервисе	22. Маркетинг в коммерческой деятельности. Функции маркетинга. 23. Маркетинговая информационная система предприятия. 24. Сущность маркетинга и сферы маркетинговой деятельности 25. Маркетинговая среда: понятие, структура, составляющие 26. Маркетинг в отрасли торговли: понятие, характеристика, этапы развития, основные положения 27. Торговые посредники: виды, характеристика, роль в маркетинговой деятельности торгового предприятия 28. Маркетинговые аспекты организации торгового бизнеса 29. Маркетинговые риски в деятельности торгового предприятия 30. Виды сбытовых маркетинговых систем	ОПК-2 ОПК-3
Ценовая политика и ценообразование в торговле	31. Понятие ценовой политики, ее место в комплексе маркетинга и взаимосвязь со стратегией развития предприятий. Виды ценовой политики и их характеристика. Характеристика типов потребительского рынка и особенности ценовой политики на них. Цели ценовой политики торговых предприятий, их характеристика и условия реализации. 32. Стратегии ценообразования: значение, факторы, влияющие на их выбор и виды. 33. Классификация видов ценовых стратегий торговых предприятий (Характеристика ценовых стратегий в зависимости от уровня цен. Виды ценовых стратегий в зависимости от сегментов потребительского рынка и покупателей. Характеристика и условия использования ценовых стратегий в зависимости от гибкости цен и продолжительности действия. Особенности ценовых стратегий при различных условиях конкуренции на потребительском рынке. Характеристика ассортиментных стратегий ценообразования. Современные ценовые стратегии, ориентированные на удовлетворение спроса покупателей). 34. Методы ценообразования и их характеристика (Метод ценообразования на основе полных и метод ценообразования на основе предельных (маржинальных) издержек, их преимущества и недостатки, условия использования в торговле, методика расчета цен. Метод ценообразования на основе рентабельности инвестиций, условия его использования. Метод ценообразования на основе	ПК-9 ПК-14

	дохода с оборота, его характеристика. Метод ценообразования на основе анализа безубыточности и определения целевой прибыли, особенности его применения в торговле. Метод ценообразования на основе потребительской оценки: его суть и возможности использования) 35. Виды методов ценообразования, ориентированных на уровень конкуренции и их взаимосвязь с типом потребительского рынка	
Логистика в торговле	36. Понятие и виды логистических систем. Концепции управления логистическими системами в торговле. 37. Материальные потоки и логистические операции: понятие, виды. Основные направления снижения издержек. 38. Уровень логистического сервиса в торговле. Критерии качества сервиса	ОПК-2
E-commerce	39. Интегрированные информационные системы предприятия 40. Виртуальные торговые площадки. Классификация, организационные и бизнес-модели. 41. Мобильная коммерция 42. Методики оценки эффективности инвестиций в электронный бизнес 43. Электронные предприятия в сфере розничных платежей 44. Бизнес-модели информационно-справочных систем 45. Создание программной платформы электронного предприятия	ОПК-5 ОПК-6
Бизнес-планирование на предприятии торговли	46. Особенности бизнес планирования в России и за рубежом 47. Жизненный цикл бизнес-проекта и его влияние на деловую активность предприятия торговли 48. Бизнес-план: понятие, необходимость и порядок его создания 49. Основные разделы бизнес-плана в соответствии с требованиями действующего законодательства 50. Требования к бизнес-плану и рекомендации по его составлению, разработанные федеральным фондом поддержки малого предпринимательства 51. Пределы и издержки планирования. Неопределенность и способы воздействия на нее 52. Концептуальная схема оценки эффективности. Этапы оценки эффективности 53. Внутренние и внешние функции бизнес-плана предприятия торговли 54. Ценообразование при разработке бизнес плана 55. Система и разновидности планов предприятия торговли. Уровни планирования 56. Факторный и позиционный анализ конкурентной среды бизнес идеи	ПК-1 ПК-4 ПК-8 ПК-14
Стратегический маркетинг	57. Сущность и функции стратегического маркетинга 58. Стратегический и операционный маркетинг 59. Модели корпоративного стратегического	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4

	планирования 60. Бизнес-план: назначение, цели, требования, структура. Маркетинговый раздел бизнес-плана 61. Алгоритм стратегического планирования на предприятии 62. Стратегии маркетинговой деятельности	
Прогнозирование в торговле	63. Классификация методов прогнозирования 64. Принципы и задачи прогнозирования 65. Информационное обеспечение прогнозных и плановых решений 66. Изучение и прогнозирование потребительского спроса на торговом предприятии 67. Классификация прогнозов и их характеристика 68. Программные продукты обработки информации для прогнозирования 69. Экономико-математическое моделирование и прогнозирование, особенности применения в процессе планирования в зависимости от целевых ориентиров, факторов внешней и внутренней среды предприятия	ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-6
Менеджмент	70. Организация как объект управления, функции менеджмента, их характеристика, основные принципы и методы целеполагания. 71. Взаимосвязь организационной структуры и целей организации. Основные типы организационных структур. 72. Внешняя и внутренняя среда организации и методы их анализа. 32. Принятие управленческих решений: специфика, значение и место в управленческой деятельности. Модели принятия управленческих решений, подходы к процессу принятия управленческих решений 74. Понятие стратегии организации. Основные школы стратегий. Процесс стратегического управления. Основные понятия (миссия, видение, ценности организации и их связь со стратегией развития). 75. Школа научного управления и процессный подход. Классическая школа управления. Школа человеческих отношений и науки о поведении. Школа количественных методов, системный и ситуационный подходы 76. Стратегическое, тактическое и оперативное планирование в системе менеджмента	ОПК-1 ОПК-4
Финансы предприятий торговли	77. Денежные фонды предприятия торговли и их характеристика. 78. Виды финансов предпринимательских предприятий 79. Финансовый механизм торгового предприятия как система управления финансами предприятия в целях достижения максимальной прибыли 80. Организация финансовой деятельности на предприятии торговли. Финансовые службы, их задачи и функции. 81. Виды финансов предприятий торговли и их характеристика	ПК-2 ПК-3 ПК-4 ПК-8

	82. Особенности привлечения и состав финансовых ресурсов в предприятиях торговли различных организационно-правовых форм и сфер деятельности 83. Финансовые инструменты предприятий торговли 84. Характеристика источников финансирования деятельности предприятий торговли 85. Направления использования финансовых ресурсов предприятий торговли 86. Антикризисное управление финансами предприятий торговли	
Кооперационно-сетевые взаимодействия и бизнес-модели	87. Современное состояние развития кооперационно-сетевых взаимодействий на предприятиях торговли и сервиса в регионе, России, мире. 88. Современные направления кооперационно-сетевого развития бизнес-структур. Торговые сети региона. Особенности и тренды их развития. 89. Бизнес-экосистемы. Современные понятия и направления их развития в торговле и сервисе. Координированные смарт бизнес-системы. Сущность их содержательной деятельности и возможности развития. 90. Сетевые ресурсы и их проявление в кооперационно-сетевых взаимодействиях. 91. Функционально-средовой метод анализа экосистемных бизнесов. Возможности использования модели МакКинзи, 7С и PEST-анализа для анализа внутренней среды бизнес-экосистем 92. Современные понимания бизнес-моделей. Виды и составляющие бизнес-моделей. Потребительские сегменты бизнес-моделей. Их роль, место, значение и практики формирования для достижения результативности. 93.Ключевые партнеры, особенности работы с ними, возможности для формирования продуктивной бизнес-модели предприятия. 94. Ключевые виды деятельности и ключевые ресурсы, их формирование для успешной работы предприятия в избранной бизнес-модели. 95. Бизнес-модели цифровых платформенных бизнес-экосистем.	ПК-4 ПК-11 ПК-15
LEAN-технологии в торговле	96. Технологии бережливого производства в торговле	ПК-6
HR и развитие человеческого потенциала в торговле	97. Подходы к оценке человеческих ресурсов и потенциала торгового предприятия 98. Методы стимулирования персонала и их характеристика	ПК-5
Платформы и сервисы взаимодействия с потребителем на рынках B2B, B2C, B2G и B2B2C	99. Платформы и системы взаимодействия с потребителями в цифровой среде 100. Организация взаимодействия с потребителями в цифровой среде 101. Модель B2B. Особенности модели. Примеры предприятий, работающих по этой модели. Торговые площадки модели B2B	ПК-7 ПК-12 ПК-13 ПК-16

	102. Модель B2C. Особенности модели. Примеры предприятий, работающих по этой модели. Торговые площадки модели B2C. 103. Модель B2G и B2B2C. Особенности моделей, способы взаимодействия	

2.1.3 Критерии оценивания

Результаты государственного экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания.

Оценка	Критерии оценивания
отлично	– систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы государственного экзамена; – точное использование научной терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы; – владение инструментарием учебных дисциплин, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач; – способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации; – полное усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной программой государственного экзамена; – умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изученным дисциплинам и давать им критическую оценку; – использование ссылок на действующее законодательство Российской Федерации; – использование статистической информации по основным социально-экономическим показателям; – высокий уровень осмысления теоретических и практических вопросов; – высокий уровень культуры при подготовке и ответе на вопросы и задания экзаменационного билета; – практическая задача решена правильно, имеет логическое решение и полные пояснения; – твердые навыки, обеспечивающие решение задач дальнейшей профессиональной деятельности (подтвердил сформированность всех компетенций из п. 2.1.2)
хорошо	– систематизированные и полные знания по всем разделам программы государственного экзамена; – использование научной терминологии и логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок; – владение инструментарием учебных дисциплин, умение его использовать в решении стандартных задач; – усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной программой государственного экзамена; – умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изученным дисциплинам и давать им оценку; – упоминание действующего законодательства Российской Федерации; – фрагментарное использование статистической информации по социально-экономическим показателям; – достаточный уровень осмысления теоретических и практических вопросов;

	– достаточный уровень культуры при подготовке и ответе на вопросы и задания экзаменационного билета; – практическая задача решена правильно, имеет логическое решение, пояснения отсутствуют; – достаточно твердые навыки и умения, обеспечивающие решение задач предстоящей профессиональной деятельности (подтвердил сформированность компетенций из п. 2.1.2)
удовлетворительно	– недостаточно полный объем знаний в рамках образовательного стандарта и программы государственного экзамена; – знание части основной литературы, рекомендованной программой государственного экзамена; – использование научной терминологии, изложение ответа на вопросы с существенными логическими ошибками; – слабое владение инструментарием учебных дисциплин, слабый уровень решения стандартных (типовых) задач; – неумение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях изученных дисциплин; – отсутствие знаний действующего законодательства Российской Федерации; – незнание статистической информации по социально-экономическим показателям; – низкий уровень осмысления теоретических и практических вопросов; – низкий уровень культуры при подготовке и ответе на вопросы и задания экзаменационного билета; – практическая задача решена правильно; – слабые навыки, необходимые для профессиональной деятельности (подтвердил слабую связь знаний с компетенциями из п. 2.1.2)
неудовлетворительно	– фрагментарные знания в рамках образовательного стандарта и программы государственного экзамена; – слабые знания отдельных литературных источников, рекомендованных программой государственного экзамена; – неумение использовать научную терминологию дисциплин, выносимых на государственный экзамен; – наличие в ответе грубых стилистических и логических ошибок; – отсутствие знаний действующего законодательства Российской Федерации; – незнание статистической информации по социально-экономическим показателям; – низкий уровень культуры при подготовке и ответе на вопросы и задания экзаменационного билета; – практическая задача не решена; – отсутствие навыков, необходимых для предстоящей профессиональной деятельности (не подтвердил связь знаний с компетенциями из п. 2.1.2)

2.1.4 Рекомендации для подготовки к государственному экзамену:

2.1.4.1 Рекомендуемая литература

1. ГОСТ Р 51303-2013. Торговля. Термины и определения [Электронный ресурс].- Взамен ГОСТ Р 51303-99; введ. 01.04.2014.- М.: Стандартинформ.- 2013.- Режим доступа : www.protect.gost.ru

2. Аакер, Д.А. Создание сильных брендов/ Д.А. Аакер.- М.: ИД Гребенникова, 2014.– 544 с.

3. Альбеков, А.У. Коммерческая логистика/ А.У. Альбеков, О.А. Митько.- Ростов-на-Дону: Феникс.- 2002.- 416 с.

4. Альбеков, А.У. Логистика коммерции/ А.У. Альбеков, М.П. Федько, О.А. Митько.- Ростов-на-Дону: Феникс.- 2001.- 512 с.

5. Альтшуллер, И. Стратегия и маркетинг: две стороны одной медали, или просто о сложном/И. Альтшуллер.- М.: Дело.- 2010.- 231 с.

6. Амблер, Т. Практический маркетинг/ Т. Амблер.- СПб.: Питер.- 2012.- 400 с. 19

7. Арментано, Д.Т. Антитраст против конкуренции: учебник/ Д.Т. Арментано.- М.: ИРИСЭН.- 2011.- 432 с.

8. Арустамов, Э.А. Основы бизнеса: учебник/ Э.А. Арустамов.- М.: Дашков и К.- 2015.- 232 с.

9. Арустамов, Э.А. Организация предпринимательской деятельности/ Э.А. Арустамов.- М.: Дашков и К.- 2012.- 333 с.

10. Багиев, Г.Л. Маркетинг: учебник/ Г.Л. Багиев.- М.: Изд-во Экономика.- 2011.- 703 с.

11. Васильева, О.И. Эффективность сервисного обслуживания продукции/ О.И. Васильева.- М.: Экономика.- 2011.-176 с.

12. Багиев, Г.Л. Международный маркетинг: учебник/ Г.Л. Багиев, Н.К. Моисеева, В.И. Черенков; под общ. ред. Г.Л. Багиева.- СПб.: Питер.- 2009. - 688 с.

13.Багиев, Г.Л. Методы получения и обработки маркетинговой информации/ Г.Л. Багиев.- СПб.: Питер, 2010.- 235 с.

14. Балашов, А.И. Управление проектами: учебник для бакалавров/ А.И. Балашов, Е.М. Рогова, М.В. Тихонова, Е.А. Ткаченко; под ред. Е.М. Роговой.- М.: Юрай.- 2013.- 383 с.

15. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учебное пособие / И.К. Беляевский.- М.: КУРС: Инфра-М.- 2013.- 392 с.

16. Березин, И.С. Маркетинговые исследования: инструкция по применению/ И. С. Березин.- М.: Изд-во «Юрайт».- 2012.- 384 с.

17. Боровинский, Д.В. Организация закупочной деятельности в коммерческом предприятии. Синергетический эффект интеграции (современные методики расчетов)/ Д.В. Боровинский, В.В. Куимов; СФУ, ТЭИ.- Красноярск: СФУ.- 2014. - 171 с.

18. Брассингтон, Ф. Основы маркетинга / Ф. Брассингтон, С. Петтитт.- М.: Бизнес Букс, 2014.- 536 с.

19. Бронникова, Т.С. Маркетинг: теория, методика, практика: учебное пособие / Т. С. Бронникова Т. С. - М.: КНОРУС, 2012. - 208 с.

20. Васильев, Г. А. Маркетинг розничного торгового предприятия: учебное пособие/ Г.А. Васильев, А.А. Романов, В.А. Поляков.- М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М.- 2012.- 159 с.

21. Васильева, О.И. Эффективность сервисного обслуживания продукции/ О.И. Васильева.- М.: Экономика.- 2011.-176 с.

22. Вингерт, В.В. Управление брендом: учебно-методический комплекс [Электронный ресурс]/ В.В. Вингерт.- Красноярск: СФУ.- 2015.- Режим доступа: http://lib3.sfu-kras.ru/ft/lib2/UMKD/i-565262647.exe

23. Владимирова, Л.П. Стратегическое и оперативное планирование: учебник/ Л.П. Владимирова.- Чебоксары: ЧКИ РУК.- 2012.- 171 с.

24. Власова, М.Л. Социологические методы в маркетинговых исследованиях: учебное пособие/ М.Л. Власова.-М.: Издательский дом ГУ ВШЭ.- 2011.- 710 с.

25. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика/ Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая.- М.: Изд-во «Юрайт».- 2013.- 570 с.

26. Гаджинский, А.М. Логистика: учебник/ Гаджинский А.М.- Изд. 20- е.- М.: Дашков и К°, 2012.- 484 с.

27. Гальвановский, М.С. Глобализация. Проблемы конкуренции и интеграции: учебник/М.С. Гальвановский.- М.: РГГУ.- 2014.- 216 с.

28. Герасименко, В.В. Ценообразование: учебное пособие/ В.В. Герасименко, Н.Н. Думная, А.Н. Михайлин.- МГУ им. М.В. Ломоносова. Экономический факультет.- М.: ИНФРА-М.- 2011.- 422 с.

29. Голова А.Г. Управление продажами: учебник/ А.Г. Голова.- М.: Дашков и К.- 2010.- 280 с.

30. Годин, А.М. Маркетинг: учебник/ А.М. Годин.- Москва: Дашков и Кº, 2010.- 671 с.

31. Голова, А.Г. Управление продажами: учебник/ А.Г. Голова.- М.: Дашков и К.- 2015.- 280 с.

32. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика/ Е.П. Голубков. - М.: Изд-во «Финпресс».- 2009.- 416 с.

33. Грищенко, И.И. Маркетинг и ценообразование. Практикум/ И.И. Грищенко, Г. Н. Кожухова, В.Л. Кузьменко, Т.М. Тишковская. Изд. Гревцова.- 2013.- 176 с.

34. Гуняков, Ю.В. Коммерциология. Организация коммерческой деятельности: учебное пособие/ Ю.В. Гуняков.- Красноярск: КГТЭИ.- 2009.- 366 с.

35. Гришина, В.Т. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник/ В.Т. Гришина.-М.: Дашков и К.- 2012.- 446 с.

36. Грошев, В.В. Системный бренд-менеджмент:/ В.В Грошев, А.А. Кантарович.- М.: Юнити-Дана.- 2012.- 655 с.

37. Гэд, Т. 4D Брендинг/ Т. Гэд.- СПб.: Стокгольмская школа экономики.- 2014.- 228 с.

38. Дашков, Л.П. Коммерция и технология торговли: учебник/ Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц. – М.: ИТК «Дашков и К».- 2011. – 692 с.

39. Дашков, Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью: учебник/ Л.П. Дашков, О.В. Памбухчиянц.- М.: Дашков и К.- 2012.- 688 с.

40. Диденко, Н.И. Международный маркетинг. Теория и анализ конкретных ситуаций: учебник/ Н.И. Диденко, Д.Ф. Скрипнюк.- М.: Юрайт.- 2012.- 556 с.

41. Дубровин, И.А. Поведение потребителей/ И.А. Дубровин.- С-Пб.: Дашков и К.- 2012.- 312 с.

42. Дэвис, С.М. Управление активами торговой марки / С.М. Дэвис.- СПб. Питер.- 2011.- 272 с.

43. Заррелла, Д. Интернет-маркетинг по науке. Что, где и когда делать для получения максимального эффекта/ Д. Зарелла.- М.: Манн, Иванов и Фербер.- 2014.- 192 с.

44. Захарова, Ю.А. Торговый маркетинг. Эффективная организация продаж: практическое пособие / Ю.А. Захарова.- М.: Дашков и К.- 2012. - 133 с.

45. Зуб, А.Т. Управление проектами: учебник и практикум для академического бакалавриата/ А.Т. Зуб.- М.: Юрайт.- 2014.- 422 с.

46. Казакова, Н.А. Стратегический менеджмент: учебник/ Н.А. Казакова. М.: ИНФРА-М.- 2013.- 500 с.

47. Калька, Р. Маркетинг. Р. Калька, А. Мэссен Marketing. Серия: Лаборатория успеха. Бизнес-рецепты.- Изд.: SmartBookСмартБук.- 2011.- 128 с.

48. Казакова, Н.А. Маркетинговый анализ: учебное пособие/ Н.А. Казакова.- Москва: ИНФРА-М.- 2014. - 240 с.

49. Китова, О.В. Управление эффективностью маркетинга: методология и проектное моделирование: учебное пособие/ О.В. Китова.- Москва: ИНФРА-М.- 2012.- 327 с.

50. Кирцнер, И. Конкуренция и предпринимательство: учебник/ И. Кирцнер.- М.: Изд-во Социум.- 2010.- 672 с.

51. Клочкова, М.С. Мерчандайзинг: учеб.- практ. пособие / М.С. Клочкова, Е. Ю. Логинова, А. С. Якорева.- М.: Дашков и К.- 2009.- 267 с.

52. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент: учебник/ Ф. Котлер, К.Л. Келлер. пер. с англ. В Кузина. 14-е изд.-Издательство: Питер.- 2014.- 800 с.

53. Коммерческая деятельность: учебно-методический комплекс [Электронный ресурс]/ СФУ, ТЭИ; сост. О.В. Рубан.- Красноярск: СФУ.- 2012.- Режим доступа: http://lib3.sfu-kras.ru/ft/lib2/UMKD/i-093916732.exe

54.Коротков, А.В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров/ А.В. Коротков.- М.: МГУЭСИ.- 2016.- 595 с.

55.Куимов, В.В. Маркетинговые технологии в развитии рынков продовольственных товаров регионов Сибири: монография/ В.В. Куимов, Ю.Ю. Суслова, Е.В. Щербенко, Л.В. Панкова.- Красноярск: СФУ.- 2015.-265 с.

56.Куимов, В.В. Организация коммерческой деятельности. Коммерциология/ В.В. Куимов, Ю.В. Гуняков, И.А. Максименко, О.В. Рубан.- Красноярск: СФУ.-2016.-112 с.

57.Куимов, В.В. Реструктуризация предприятий торговли. Теория. Практика. Результаты/ В.В. Куимов, Ю.В. Гуняков, Д.Ю. Гуняков.- Красноярск: СФУ.-2016.-204 с.

58. Кумар, Н. Маркетинг как стратегия/ Н. Кумар.- М.: Претекст.- 2008.- 342 с.

59. Ладыгина Н.И., Васильева Г.А. Поведение потребителей. М.: Юнити-Дана., 2012.- 239 с.

60. Лашманова, Н.В. Современный стратегический анализ и развитие предприятий: учебное пособие/ Н.В. Лашманова, О.Ю. Белаш.- СПб: ЛЭТИ.- 2013.- 176 с.

61. Лафли, А., Мартин Роджер Л. Игра на победу. Как стратегия работает на самом деле Изд.: Манн, Иванов и Фербер, Год: 2013. – 304 с.

62. Левинсон, Дж.К. Партизанский маркетинг: простые способы получения больших прибылей при малых затратах/ Дж.К. Левинсон.- М.: ЭКСМО.- 2009.- 400 с.

63. Матанцев, А.В. Анализ рынка. Настольная книга маркетолога/ А.В. Матанцев.-М.: Издательство «Альфа-Пресс».- 2010.- 552 с.

64. Маркетинг в коммерции: учебник/ под ред. Л.П. Дашкова.- 3-е изд.- М.: Дашков и К°.- 2011.- 548 с.

65. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для бакалавров/ Е.А. Боргард; под ред. С.В. Карповой.- М.: Юрайт.- 2012.- 409 с.

66. Маркетинг: учебник/ Под ред. И.В. Липсица.- М.: ГЭОТАР-Медиа.- 2012.- 576 с.

67. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации/ Под ред. Л. А. Данченок.- СПб.: Питер.- 2013.- 288 с.

68. Международное торговое дело : учебник / под ред. О. И. Дегтярева. – Москва : Магистр ; Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 608 с. Режим доступа: http://znanium.com/catalog

69. Меликян, О.М. Поведение потребителей/О.М. Меликян.- СПб.: Дашков и К.- 2012.- 280 с.

70. Моисеева, Н.К. Брендинг в управлении маркетинговой активностью/ Под ред. проф. Н.К. Моисеевой.- М. : Омега-Л, 2013.- 410 с.

71. Моисеева, Н.К. Экономические основы логистики: учебник/ Н.К. Моисеева; Под общ. ред. проф. В.И. Сергеева.- М.: НИЦ ИНФРА-М.- 2014.- 528 с.

72. Музыкант, В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М.- 2013. - 216 с.

73. Мур, Дж. Вторая космическая. Искусство управления и стратегии будущего/ Дж. Мур.- М.: Манн, Иванов и Фербер.- 2012.- 208 с.

74. Назайкин, А.Н. Как оценить эффективность рекламы Изд.: СолонПресс.-2014. - 304 с.

75. Ноздрева, Р.Б. Международный маркетинг: учебник/ Р.Б. Ноздрева.- М.: Экономистъ.- 2005.- 990 с.

76. Организация коммерческой деятельности предприятия. Коммерциология [Текст]: учебное пособие для обучающихся по программам высшего образования направления 38.03.06 "Торговое дело" (степень 23 "бакалавр") Ч. 1 : Организационно-экономические предпосылки коммерческой деятельности. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2016.– Режим доступа: http://lib3.sfu-kras.ru/ft/lib2/elib/b65/i-180713719.pdf

77. Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и новатора/ А. Остервальдер, И. Пинье.- М.: Альпина Паблишер. Сколково.- 2012.- 312 с.

78. Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник для вузов/ Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - 13-е изд., перераб. и доп.- М.: Дашков и К.- 2012. – 500 с.

79. Парамонова, Т.Н. Маркетинг торгового предприятия: учебник/ Т.Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В.В. Лукашевич; под ред. Т.Н. Парамоновой.- М.: Дашков и К°.- 2013.- 282 с.

80. Пигунова, О.В. Инновации в торговле [Электронный ресурс] : учеб. пособие / О.В. Пигунова. – Минск: Выш. шк., 2012. – 222 с. - ISBN 978-985- 06-2140-5 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513880

81. Пичурин, И.И. Основы маркетинга. Теория и практика: учебное пособие/ И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили.- М.: ЮНИТИДАНА.- 2011.- 381 с.

82. Поведение потребителей: учебник/ под ред. О.Н. Романенкова.- М.: ИНФРА-М.- 2015.- 400 с.

83. Поведение потребителей: учебно-методический комплекс [Электронный ресурс]/ СФУ, ТЭИ; сост. О.Г. Алешина.- Красноярск: СФУ.- 2015.- Режим доступа: http://lib3.sfu-kras.ru/ft/lib2/UMKD/i-720263700.exe

84. Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность: учебник/ Ф.П. Половцева.- М.: ИНФРА-М.- 2014.- 248 с.

85. Посыпанова, О.С. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей: монография/ О.С. Посыпанова.- Калуга: КГУ им. К.Э. Циолковского.- 2012.- 296 с.

86. Родионова, В.Н. Оптимизация материальных потоков в производственно-сбытовой системе/ В.Н. Родионова, Н.В. Федоркова.- М.: ИНФРА-М.- 2010.- 328 с.

87. Ромат, Е.В. Реклама: учебник/ Е.В. Ромат.- СПб.: Питер.- 2014.- 508 с.

88. Саркисова, Е.А. Риски в торговле. Управление рисками: практическое пособие/ Е.А. Саркисова.- М.: Дашков и К.- 2016.- 244 с.

89. Стерлигова, А.Н. Управление запасами в цепях поставок: учебник/ А.Н. Стерлигова.- М.: ИНФРА-М.- 2013.- 430 с.

90. Синяева, И.М. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник/ И.М. Синяева, В.М Маслова., О.Н. Романенкова, В.В. Синяев.- М.: ЮНИТИ-ДАНА.- 2012.- 504 с.

91. Скотт, Д.М. Новые правила маркетинга и PR: как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем/ Д.М. Скотт; пер. с англ. В. Апанасик, Г. Огибин.- 2-е изд.- М.: Альпина Паблишерз.- 2011.- 347 с.

92. Степанов, В.И. Логистика: учебник/ В.И. Степанов.- М.:ТК Велби, Изд-во Проспект.- 2006.- 488 с.

93. Стерхова, С.А. Инновационный продукт: инструменты маркетинга DJVU: учебное пособие/ С.А. Стерхова.- Москва: Дело АНХ.- 2010.- 296 с.

94. Современные потребительские тренды и удовлетворенность потребителя/ под ред. О.К. Ойнер.- М.: ИНФРА-М.- 2013.- 142 с.

95. Суслова, Ю.Ю. Региональные технологические платформы как инструмент инновационного развития территории/ Ю.Ю. Суслова, В.В.

Куимов, Е.В. Щербенко, Д.А. Толстой, А.О. Куимов.- М.: ИНФРА-М.-2016.- 344 с.

96. Тарануха, Ю.В. Конкуренция. Система и процесс: учебник/ Ю.В. Тарануха.- М.: Изд-во Дело и сервис.- Москва, 2012.- 672 с.

97. Товарная политика в маркетинге: учеб.-метод. пособие для самостоятельной работы/ Веремеенко О.С., Суслова Ю.Ю., Щербенко Е.В. Красноярск: СФУ.- 2013.- 53 с.

98. Удовлетворенность потребителя. Эмпирические исследования и практика измерения: монография / под. ред. О. К. Ойнер. М.: ИНФРА-М, 2014.- 220 с.

99. Черчиль, Г.А. Маркетинговые исследования/ Пер. с англ.- С Пб.: Питер, 2010. –752 с.

100. Федосеева, В.Н. Управление маркетингом: учебное пособие/ В.Н. Федосеева.- М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н/д: Издательский центр «МарТ».- 2006.- 208 с.

101. Федько, В.П. Маркировка и сертификация товаров и услуг: научно-практическое пособие/ В.П. Федько, А.У. Альбеков.- М.: 2012.-192 с.

102. Фирсенко, С.С. Товарная политика предприятия: учебное пособие/ С.С. Фирсенко, Е.В. Щербенко; КГТЭИ.- Красноярск.- 2010.- 278 с.

103. Фирсенко, С.С. Основы маркетинга: учебное пособие / С.С. Фирсенко, Е.В. Щербенко, О.С. Веремеенко.- КГТЭИ.- Красноярск, 2010.- 478 с.

104. Фирсенко, С.С. Конкурентная среда регионального продовольственного рынка: монография/ С.С. Фирсенко, Л.В. Юшкова.- Красноярск: КГТЭИ.- 2011.- 300 с.

105. Чеглов, Вячеслав Петрович. Инновационный ритейл. Организационное лидерство и эффективные технологии : монография / В. П. Чеглов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИД Форум ; Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 272 с. Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513880

106. Чкалова, О.В. Торговое дело. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: учебник / О.В. Чкалова. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М.- 2013.- 384 с.

107. Черник, Н. Товарная политика предприятия: учебник/ Н.Черник.- М.: Тетра Системс.- 2010.- 144 с. 25

108. Шоул, Дж. Первоклассный сервис как конкурентное преимущество/Дж. Шоул.-М.: Альпина Бизнес Букс.- 2012.- 238 с.

109. Юшкова, Л.В. Маркетинговые исследования: учеб.-метод. комплекс [Электронный ресурс]/ Л.В. Юшкова, Е.В. Щербенко, Ю.Ю. Суслова.- Красноярск: СФУ.- 2014.- Режим доступа: http://lib3.sfukras.ru/ft/lib2/UMKD/i-864251649.exe

110. Юшкова, Л.В. Конкуренция на товарных рынках: учебнометодический комплекс [электронный ресурс]/Л.В. Юшкова, О.Г. Алешина, О.В. Карпычева.- Красноярск: СФУ.- 2014.- Режим доступа: http://lib3.sfukras.ru/ft/lib2/UMKD/i-338157416.exe

111. Ядов, В.А. Стратегия социологического исследования: учебное пособие/ В.А. Ядов.- М.: Омега-Л.- 2013.- 567 с.
112. Яковлев, Г.А. Основы коммерции: учебное пособие/ Г.А. Яковлев.- М.: ИНФРА-М.- 2016. - 223 с.
113. Jobber, D. Principles and Practice of Marketing/ D. Jobber, F. EllisChadwick.- Изд.: McGraw-Hill Education.- 2013.- 928 с.

2.1.4.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. http://www.consultant.ru - Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. http://fasie.ru - Официальный сайт Фонда содействия развитию малых форм предпринимательства в НТС
3. http://www.znanium.com - электронно-библиотечная система «ИНФРА-М»
4. http://e.lanbook.com - электронно-библиотечная система «ЛАНЬ»
5. http://www.gks.ru - федеральная служба государственной статистики РФ
6. http://www.polpred.com/info/ - Статистика, персоналии, официальные сайты, иностранные представительства в России

2.1.4.3 Дополнительные рекомендации

При подготовке к экзамену и на экзамене возможно использование определяющих нормативных документов (Технических регламентов, ГОСТов, СанПиН, Номенклатуры ВЭД).

2.2 Выпускная квалификационная работа (ВКР)

ВКР представляет собой выполненную обучающимся (несколькими обучающимися совместно) работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности. ВКР *может быть* на иностранном языке.

2.2.1 ВКР выполняется в виде бакалаврской работы.

ВКР представляет собой выполненную обучающимся (несколькими обучающимися совместно) работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности. Выполнение выпускной квалификационной работы производится в соответствии с заданием и графиком выполнения работы, составленным и утвержденным в установленном порядке до начала выполнения выпускной квалификационной работы.

ВКР бакалавра представляет собой самостоятельное законченное исследование на заданную (выбранную) тему, написанное лично выпускником под руководством руководителя, свидетельствующее об умении выпускника работать с литературой, обобщать и анализировать фактический материал,

используя теоретические знания и практические навыки, полученные при освоении профессиональной образовательной программы.

Защита ВКР является обязательной составляющей государственной итоговой аттестации выпускников Университета в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования. ВКР бакалавра является заключительным исследованием выпускника Университета, на основе которого государственная аттестационная комиссия выносит решение о присвоении квалификации (степени) по направлению (профилю) подготовки. Основными целями выполнения и зашиты ВКР бакалавра являются:

- углубление, систематизация и интеграция теоретических знаний и практических навыков по направлению (профилю) подготовки высшего образования;
- развитие умения критически оценивать и обобщать теоретические положения;
- применение полученных знаний при решении прикладных задач по направлению (профилю) подготовки;
- стимулирование навыков самостоятельной аналитической работы;
- овладение современными методами исследования;
- выяснение подготовленности студентов к практической деятельности в современных условиях;
- презентация навыков публичной дискуссии и защиты научных идей, предложений и рекомендаций

2.2.2 Примерный перечень тем ВКР

1. Оценка эффективности размещения торговых объектов на потребительском рынке
2. Корпоративная культура как фактор повышения эффективного управления деятельностью торговой организации
3. Разработка конкурентных стратегий торговой организации на потребительском рынке
4. Разработка конкурентной модели торговой организации в 29 современных рыночных условиях
5. Управление рекламной деятельностью в торговой организации и оценка ее эффективности
6. Повышение эффективности коммерческой деятельности торгового предприятия посредством выбора оптимальных методов поставки товаров
7. Оценка эффективности складского процесса предприятия оптовой торговли
8. Оценка и повышение конкурентоспособности предприятия розничной торговли на потребительском рынке.
9. Повышение эффективности коммерческой деятельности интернетмагазина через управление ассортиментом
10. Специфика и эффективность применения в розничной организации различных методов продаж.

11. Совершенствование процесса продажи товаров и повышения качества торгового обслуживания покупателей

12. Стимулирование продаж на предприятии розничной торговли как условие повышения эффективности ее деятельности

13. Бенчмаркинг как инновационный прием совершенствования деятельности торговой организации.

14. Конкурентный бенчмаркинг в разработке бизнес-модели организации в сфере услуг.

15. Разработка бизнес-плана инновационно-инвестиционного проекта по перспективному развитию организации в современных условиях

16. Современные технологии управления персоналом в организациях торговли как инструмент повышения эффективности коммерческой деятельности.

17. Совершенствование закупочной деятельности предприятия в условиях цифровой экономики.

18. Совершенствование коммерческой деятельности предприятия в условиях цифровой экономики.

19. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия в условиях цифровой экономики.

20. Совершенствование логистической деятельности предприятия в условиях цифровой экономики.

21. Совершенствование рекламной деятельности предприятия в условиях цифровой экономики.

22. Совершенствование сбытовой деятельности предприятия в условиях цифровой экономики.

23. Совершенствование системы обслуживания покупателей на основе использования маркетинговых технологий на предприятиях торговли.

24. Совершенствование системы продвижения продукции на предприятии с использованием цифровых технологий.

25. Электронная коммерция как средство повышения эффективности традиционной торговли

26. Повышение эффективности деятельности предприятия торговли через управление товарными запасами.

27. Рекламные средства и технологии как инструмент повышения эффективности продаж.

28. Ценообразование как элемент экономической стратегии торговой организации на потребительском рынке.

29. Повышение рентабельности деятельности предприятия торговли в условиях применения цифровых технологий.

30. Повышение эффективности деятельности предприятия торговли посредством совершенствования ресурсного потенциала.

31. Повышение эффективности торгово-технологических процессов в торговле с использованием информационных технологий

32. Совершенствование складирования товаров в условиях цифровой экономики.

33. Совершенствование деятельности предприятия на основе электронной коммерции.

34. Разработка бизнес проекта интернет-магазина в сегменте B2C

35. Разработка интернет-магазина по продаже…

36. Проектирование интернет-магазина для предприятия розничной торговли.

37. Повышение эффективности деятельности предприятия торговли посредством организации формирования ассортимента.

38. Разработка стратегии формирования интегрированных каналов сбыта продукции региональных товаропроизводителей

39. Проектирование digital-стратегии предприятия

40. Повышение эффективности деятельности предприятия торговли посредством совершенствования системы управления маркетингом.

41. Планирование маркетинга на предприятии торговли как инструмент повышения эффективности его деятельности.

42. Формирование стратегии продвижения продукции местных товаропроизводителей на региональный и внешний рынки

43. Повышение эффективности деятельности предприятий сетевой торговли через маркетинговые технологии развития.

44. Стратегический анализ как обоснование направлений развития и повышения эффективности деятельности предприятия торговли.

45. Тема по заказу организации

46. Тема по проблеме научных исследований

2.2.3 Порядок выполнения ВКР

Порядок подготовки и защиты выпускных квалификационных работ (далее — ВКР бакалавра, ВКР) обучающихся по программам подготовки бакалавров устанавливает Положение о выпускной квалификационной работе студентов, обучающихся по программам подготовки бакалавров в Федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Сибирский федеральный университет» http://about.sfu-kras.ru/docs/8990/pdf/598334.

Вся работа по организации выбора тем ВКР проводится на выпускающей кафедре. Для подготовки ВКР каждому обучающемуся приказом ректора назначается тема ВКР, руководитель и при необходимости, консультант. Руководитель ВКР назначается из числа работников университета с соблюдением квалификационных характеристик, согласно единому квалификационному справочнику должностей руководителей, специалистов и служащих. Обучающимся по их письменному заявлению на имя директора института предоставляется право выбора темы ВКР, в том числе предложение своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности её разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности.

Закрепление тем выпускных квалификационных работ и руководителей за студентами оформляется приказом ректора. Тематика выпускных

квалификационных работ ежегодно формируется, утверждается выпускающей кафедрой и доводится до сведения студентов. Студент имеет право предложить собственную тему ВКР. В этом случае тема ВКР обсуждается на заседании выпускающей кафедры на основании представленного личного заявления студента на имя заведующего кафедрой с обоснованием целесообразности разработки предлагаемой темы. При рассмотрении инициативной темы ВКР студента кафедра имеет право согласиться, аргументировано отклонить или переформулировать тему работы.

Закрепление тем ВКР производятся на основании личных заявлений студентов, представляемых на имя заведующего соответствующей кафедрой. Решение кафедры об утверждении тем и закреплении руководителей визируется директором соответствующего института и оформляется приказом ректора университета по завершении теоретического курса. Для руководства отдельными разделами выпускной квалификационной работы могут назначаться консультанты. Руководитель ВКР контролирует все стадии подготовки и написании работы вплоть до ее защиты. Выпускающая кафедра контролируют выполнение студентом календарного плана подготовки ВКР, регистрируют дату допуска готовой работы к защите.

Структура и содержание ВКР

ВКР должна быть направлена на решение задач, имеющих общетеоретическое или практическое значение и состоять из следующих разделов:

- введение, в котором должна быть раскрыта актуальность и сущность исследуемой проблемы;
- обзор литературы по теме работы, в котором должны быть освещены различные точки зрения по затронутым в работе дискуссионным вопросам и обязательно сформулировано авторское отношение к ним;
- характеристика объекта или предмета исследования;
- характеристика методов исследования;
- характеристика результатов исследования и их интерпретация;
- заключение, в котором должны содержаться конкретные выводы из проведенной работы и предложения по их реализации.

Исходя из требований Положения о выпускной квалификационной работе студентов типовая структура бакалаврской работы включает следующие структурные элементы:

1) титульный лист;
2) задание на выполнение бакалаврской работы;
3) аннотация;
4) содержание;
5) введение;
6) основную часть;
7) заключение;
8) список использованных источников;
9) приложение.

Структура бакалаврской работы представляет собой составленный в определенном порядке перечень глав и развернутый перечень вопросов, которые должны быть освещены в работе, в соответствии с заявленной темой. Обязательным для бакалаврской работы является логическая связь между главами и последовательное развитие основной темы на протяжении всей работы.

Над содержанием бакалаврской работы студент работает самостоятельно, с учетом замысла и индивидуального подхода, а затем согласовывает с руководителем. Оформление выпускной квалификационной (бакалаврской) работы должно соответствовать требованиям стандарта организации «Система менеджмента качества Общие требования к построению, изложению и оформлению документов учебной деятельности» СТУ 7.5-07-2021 https://about.sfu-kras.ru/node/8127). Настоящий стандарт организации устанавливает общие требования к построению, изложению и оформлению учебных документов, выполняемых студентами в процессе их обучения в университете.

2.2.4 Защита ВКР проводится в форме доклада.

За месяц до начала работы ГЭК составляется расписание проведения заседаний ГЭК по защите выпускных квалификационных работ. В соответствии с Положением о Государственной итоговой аттестации выпускников по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры http://about.sfu-kras.ru/node/9518 к защите выпускной квалификационной работы допускаются лица, успешно завершившие в полном объеме освоение образовательной программы по направлению подготовки высшего образования, разработанной высшим учебным заведением, в соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта высшего образования, и успешно прошедшие все другие виды итоговых аттестационных испытаний.

Законченная ВКР подписывается студентом и представляется руководителю. ВКР должны быть сданы выпускником научному руководителю для получения отзыва, как правило, не позднее чем за 17 календарных дней до начала защиты. В случае одобрения, руководитель пишет отзыв. Также работа проверяется в системе Антиплагиат, оргинальность работы должна составлять не менее 60%, отчет на оригинальность прикладывается к ВКР.

После завершения подготовки обучающимся выпускной квалификационной работы руководитель ВКР представляет (не позднее чем через 10 календарных дней после представления работы обучающимся) заведующему выпускающей кафедрой письменный отзыв о работе обучающегося в период подготовки ВКР.

Далее бакалаврская работа передается заведующему кафедрой, который, на основании отзыва руководителя, решает вопрос о допуске студента к защите и делает соответствующую запись на титульном листе.

К защите выпускник должен подготовить конспект доклада, в котором излагается основные результаты, полученные в ходе исследования, рекомендации по улучшению коммерческой деятельности предприятия с

экономическим обоснованием ожидаемого эффекта при внедрении предложений. Для наглядности представления бакалаврской работы студент-дипломник подготавливает презентацию и раздаточный печатный материал, соответствующие докладу. Слово для доклада предоставляет студенту секретарь ГЭК. Для доклада основных положений выпускной квалификационной работы, обоснования выводов и предложений дипломнику предоставляется 10 мин. После доклада студент обязан ответить на заданные вопросы по теме бакалаврской работы.

Результаты защиты обсуждаются ГЭК на закрытом заседании и объявляются в тот же день после оформления протоколов работы комиссии. По завершении процедуры защиты всех ВКР, намеченных на данное заседание, на закрытом заседании ГЭК обсуждаются результаты защиты каждого обучающегося и выставляется каждому согласованная итоговая оценка. На этом же заседании ГЭК принимается решение о присвоении квалификации и выдаче документа об образовании и о квалификации (диплом бакалавра с отличием, диплом бакалавра), о рекомендации лучших работ к публикации, рекомендации в магистратуру, представлению на конкурс и т.п., о чем делается запись в протоколе заседания.

2.2.5 Критерии выставления оценок (соответствия уровня подготовки выпускника требованиям федерального государственного образовательного стандарта) на основе выполнения и защиты ВКР.

Результаты защиты ВКР определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешную защиту ВКР.

Оценка	Критерии оценивания
отлично	полно и всесторонне раскрыто теоретическое содержание темы, дан полный критический анализ в практической и проектной частях. Студентом успешно были решены поставленные задачи, сделаны экономически обоснованные рекомендаций. Студент при защите бакалаврской работы дал аргументированные ответы на все вопросы членов аттестационной комиссии в рамках научного исследования, показал теоретические знания и проявил практические навыки. Оценка «отлично» выставляется студенту, который на защите ВКР подтвердил сформированность у себя компетенций на оценку «отлично», а также продемонстрировал полное соответствие приведенным выше требованиям к ВКР и к автору ВКР
хорошо	содержание изложено на высоком теоретическом уровне, правильно сформулированы выводы и даны экономически обоснованные предложения, более чем на половину вопросов, заданные при защите ВКР. Оценка «хорошо» выставляется студенту, который на защите ВКР подтвердил сформированность у себя компетенций на оценку «хорошо», а также продемонстрировал частичное соответствие приведенным выше требованиям к ВКР и к автору ВКР
удовлетворительно	теоретические вопросы в основном раскрыты, выводы в основном правильны, предложения представляют интерес, но недостаточно убедительно аргументированы и менее на половины правильных ответов дано на вопросы членов комиссии
неудовлетворительно	Работа в основном отвечает предъявляемым требованиям, но при защите студент не дал правильных ответов на большинство заданных вопросов, то есть обнаружил серьезные пробелы в профессиональных знаниях

3 Описание материально-технической базы

Для проведения ГИА по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело требуется оборудование и программное обеспечение, необходимое для презентации результатов исследования, а именно презентационный комплекс с компьютером, проектором и экраном, интернет, стандартное программное обеспечение с пакетом Microsoft Office. Учебная аудитория должна соответствовать действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении ГИА.