

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе  
к.э.н., доцент Измestьев А.А.



17.06.2019г.

## **ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент  
Направленность (профиль): Маркетинговое управление бизнесом и  
продажами  
Квалификация выпускника: магистр  
Форма обучения: очная, заочная

Иркутск 2019

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.04.02 Менеджмент.

Авторы Н.В. Полякова, Баева О.Н., Поляков В.В., Игнатъева И.В.

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры менеджмента, маркетинга и сервиса

Заведующий кафедрой О.Н. Баева

## 1. Общие положения

Целью государственной итоговой аттестации (далее – ГИА) является определение уровня подготовки выпускника университета к выполнению профессиональных задач, его готовности к основным видам профессиональной деятельности и включает проверку овладения компетенциями в соответствии с требованиями ФГОС по данному направлению подготовки.

Государственная итоговая аттестация проводится в соответствии с требованиями Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ; приказа Министерства образования и науки РФ от 29 июня 2015 г. № 636 «Об утверждении порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования — программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры» (с изменениями, внесенными приказами Минобрнауки от 09.02.2016 г. № 86 и от 28.04.2016 г. № 502); федеральными государственными образовательными стандартами; уставом ФГБОУ ВО «БГУ»; положением о проведении государственной итоговой аттестации (ГИА) по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, специалитета и магистратуры ФГБОУ ВО БГУ.

ГИА завершает освоение образовательных программ и является обязательной. Она проводится в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися университета основных образовательных программ соответствующим требованиям ФГОС ВО.

Государственная итоговая аттестация обучающихся проводятся в форме контактной работы (процедура защиты ВКР) и в форме самостоятельной работы обучающихся (подготовка к процедуре защиты ВКР).

ГИА проводится в сроки, определяемые графиком учебного процесса по образовательным программам высшего образования бакалавриата, специалитета и магистратуры.

В процессе ГИА обучающийся должен продемонстрировать сформированность следующих компетенций:

### Выпускная квалификационная работа

Компетенции	Знания	Умения	Навыки
ОК-1 способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Знание основных положений, формирующих научное мышление		
ОК-2 готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	цели и задачи, основные функции управления маркетингом		

Компетенции	Знания	Умения	Навыки
ОК-3 готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала		умение эффективно проявлять креативность, использовать свой творческий потенциал	
ОПК-1 готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности		умение составлять отчеты в соответствии с требованиями ГОСТ умение аргументировать свою точку зрения, отстаивать свою позицию	владение навыками подготовки презентации навыки коммуникаций в письменной и устной форме для решения профессиональных задач
ОПК-2 готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия			навыки выбора адекватных средств воздействия на поведение сотрудников
ОПК-3 способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Знание основных положений построения и проведения самостоятельного исследования	умение выявлять перспективные направления исследований	Владение навыками адекватного использования и оценки познавательной возможности методов исследования в менеджменте
ПК-1 способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	основные задачи управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	уметь организовывать реализацию маркетинговых стратегий по управлению организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	навыки управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
ПК-2 способность разрабатывать корпоративную	знание основных стратегий организации	умение практически разрабатывать стратегии	навыки разработки и внедрения элементов системы управления

Компетенции	Знания	Умения	Навыки
стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию		организации, используя инструментарий стратегического маркетинга	продажами
ПК-3 способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	Знать современные методы управления корпоративными финансами Знать финансовые показатели, характеризующие текущее и перспективное состояние корпорации	Уметь обосновывать принимаемые управленческие решения с помощью финансовых показателей	Владеть навыком оценки влияния принимаемых управленческих решений на финансовое состояние корпорации Владеть навыком расчета финансовых показателей, характеризующих текущее и перспективное состояние корпорации
ПК-4 способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Знать методы проведения прикладных исследований, ситуации их использования	выбирать адекватные методы исследования	Навыками количественного и качественного анализа для принятия решений.
ПК-5 владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знает методы экономического и стратегического анализа	Умеет применять методы экономического и стратегического анализа	Владеет различными методами экономического и стратегического анализа
ПК-6 способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными		умение работать с каталогами и базами данных, подбирать и анализировать источники, необходимые для своего исследования умение обобщать результаты анализа источников и делать	навык выполнения обзора специальной литературы по исследуемой проблеме

Компетенции	Знания	Умения	Навыки
исследователями		выводы, необходимые для задач своего исследования	
ПК-7 способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Знать теоретические основы подготовки академических и проектных текстов	Обобщать информацию в виде отчета, статьи или доклада	навык аргументированного представления собственных выводов в виде отчета, публикации или доклада
ПК-8 способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования		умение обосновывать актуальность и практическую значимость темы самостоятельного исследования (ВКР)	навык формулирования актуальности и практической значимости темы самостоятельного исследования (ВКР)
ПК-9 способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой		проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	навыки подготовки и реализации программы прикладного исследования

## 2. Порядок проведения государственной итоговой аттестации

ГИА обучающихся университета по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы.

Результаты аттестационного испытания оцениваются по 100-балльной шкале и в виде соответствующей полученному баллу дифференцированной оценки — «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» — в соответствии с положением о балльно-рейтинговой системе оценки знаний студентов в университете.

Для проведения государственной итоговой аттестации в университете созданы государственные экзаменационные комиссии (далее — ГЭК). Для рассмотрения апелляций по результатам государственной итоговой аттестации в университете созданы апелляционные комиссии, которые действуют в течение календарного года. Расписание государственных аттестационных испытаний, в котором указываются даты, время и место проведения государственных аттестационных испытаний, утверждается приказом ректора.

Подготовка и защита ВКР является заключительным этапом обучения по направлению подготовки (специальности), образовательной программе (направленности (профилю)).

Выпускающая кафедра составляет и утверждает перечень тем ВКР, предлагаемых обучающимся, и доводит его до сведения обучающихся не

позднее чем за 6 месяцев до даты начала ГИА. По письменному заявлению обучающегося (нескольких обучающихся, выполняющих ВКР совместно) кафедры может в установленном ею порядке предоставить обучающемуся (обучающимся) возможность подготовки и защиты ВКР по теме, предложенной обучающимся (обучающимися), в случае обоснованности целесообразности ее разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности.

Для подготовки ВКР за обучающимся (несколькими обучающимися, выполняющими ВКР совместно) закрепляется руководитель ВКР из числа работников университета и при необходимости консультант (консультанты).

Руководителями ВКР по направлениям магистратуры назначаются лица из числа профессорско-преподавательского состава соответствующей выпускающей кафедры университета, имеющие ученую степень и(или) ученое звание.

При подготовке ВКР руководитель осуществляет подготовку задания на выполнение ВКР, оказывает обучающемуся помощь в составлении календарного графика и плана ВКР, выдает рекомендации и проводит консультации по подбору фактического материала в ходе преддипломной практики, методике его обобщения, систематизации, по его обработке и использованию в ВКР, осуществляет проверку качества выполнения работы, ее соответствия поставленным целям и задачам, соблюдение основных требований к оформлению представленной работы и иллюстративного материала;

На выполнение ВКР обучающемуся отводится время согласно графику учебного процесса и требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности).

ВКР руководителю представляется в машинописном виде. Законченная ВКР, подписанная выпускником и консультантом, представляется руководителю. После просмотра и окончательного одобрения работы руководитель подписывает ее, дает письменный отзыв.

Выпускник обязан наряду с печатным вариантом представить файл с полным текстом ВКР. Текст ВКР в электронном виде предварительно проверяется обучающимся на объем заимствования, в том числе содержательного, выявления неправомерных заимствований по системе «Антиплагиат» согласно Инструкции по предварительной проверке работы на плагиат (см. Приложение 7).

Проверка ВКР, которую организует заведующий кафедрой или назначенное им лицо, производится на сайте [www.antiplagiat.ru](http://www.antiplagiat.ru). Допустимый процент заимствования текста при проверке в данной системе определяется кафедрой, но не более 40%, т.е. оригинальность текста ВКР должна составлять не менее 60% — по программам бакалавриата и специалитета, и не более 30%, т.е. оригинальность текста ВКР должна составлять не менее 70% — по программам магистратуры. По результатам проверки на

заимствование составляется справка, которая вкладывается вместе с отзывом и справкой о внедрении (если таковая имеется) в ВКР.

ВКР подлежат нормоконтролю на соответствие требованиям оформления в соответствии с методическими рекомендациями по выполнению ВКР.

Для окончательного решения о допуске к защите ВКР обучающимся представляется заведующему кафедрой.

Заведующий кафедрой осуществляет контроль за соответствием темы выполненной ВКР направленности (профилю) подготовки, за полнотой раскрытия темы в содержании работы.

ВКР по программам магистратуры и специалитета подлежат рецензированию. Для проведения рецензирования ВКР указанная работа направляется одному или нескольким рецензентам из числа лиц, не являющихся работниками кафедры, на которой выполнена ВКР. Рецензент проводит анализ ВКР и представляет на кафедру письменную рецензию на указанную работу. Рецензия подписывается рецензентом с указанием ФИО, ученой степени и (или) ученого звания (если имеются), места работы, должности, даты.

Обучающийся знакомится с отзывом и рецензией (рецензиями) не позднее чем за 5 календарных дней до дня защиты ВКР. Отрицательный отзыв рецензента не является препятствием для защиты ВКР. В процессе защиты ВКР обучающийся дает ответы на изложенные в рецензии замечания.

По результатам подготовки магистерской диссертации оформляется автореферат, содержащий информацию об объекте исследования, актуальности темы, практических и научных результатах. Автореферат представляется на кафедру.

По решению кафедры, в период обучения магистрант должен выступить на конференции с докладом или подготовить и опубликовать научную статью (тезисы) по результатам диссертационного исследования. Факт выступления с докладом или публикации статьи должен быть отражен в отзыве руководителя.

ВКР, подписанная руководителем, консультантом (если есть), нормоконтролером, заведующим выпускающей кафедрой с отзывом руководителя, справкой по результатам проверки на заимствование, рецензией (по программам специалитета и магистратуры) и авторефератом (для ВКР магистранта) сдается на кафедру в жестком переплете в срок, определенный в методических указаниях по подготовке ВКР.

Обучающийся допускается к защите ВКР только при наличии всех подписей и документов.

Указанные документы передаются в государственную экзаменационную комиссию не позднее чем за 2 календарных дня до дня защиты ВКР.

При отрицательном отзыве руководителя решение о допуске к защите принимается по результатам обязательного прохождения выпускником предварительной защиты ВКР.



По результатам предварительной защиты в присутствии руководителя и обучающегося дается оценка готовности обучающегося к защите.

Защита ВКР проводится на открытых заседаниях ГЭК с участием не менее двух третей ее состава. Общая продолжительность защиты ВКР не должна превышать 45 минут, продолжительность доклада обучающегося — 8–10 минут.

Процедура защиты ВКР включает в себя:

- представление обучающегося членам комиссии;
- доклад обучающегося с использованием иллюстративного материала об основных результатах выполнения ВКР;
- вопросы членов ГЭК и присутствующих после доклада обучающегося;
- ответы обучающегося на заданные вопросы;
- заслушивание отзыва руководителя;
- заслушивание рецензии;
- ответы обучающегося на замечания рецензента.

Решения ГЭК принимаются в отсутствие иных лиц простым большинством голосов от числа лиц, входящих в состав комиссий и участвующих в заседании. При равном числе голосов председатель комиссии обладает правом решающего голоса.

Результаты защиты объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседаний ГЭК. Протоколы заседаний комиссий подписываются председателем и секретарем экзаменационной комиссии.

Обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры проведения государственного аттестационного испытания.

Апелляция подается лично обучающимся в апелляционную комиссию не позднее следующего рабочего дня после объявления результатов государственного аттестационного испытания.

Для рассмотрения апелляции секретарь государственной экзаменационной комиссии направляет в апелляционную комиссию протокол заседания государственной экзаменационной комиссии, заключение председателя государственной экзаменационной комиссии о соблюдении процедурных вопросов при проведении государственного аттестационного испытания, а также ВКР, отзыв и рецензию (рецензии) (для рассмотрения апелляции по проведению защиты ВКР).

Апелляция не позднее 2 рабочих дней со дня ее подачи рассматривается на заседании апелляционной комиссии, на которое приглашаются председатель ГЭК и обучающийся, подавший апелляцию. Заседание апелляционной комиссии может проводиться в отсутствие обучающегося, подавшего апелляцию, в случае его неявки на заседание апелляционной комиссии.

Решение апелляционной комиссии доводится до сведения обучающегося, подавшего апелляцию, в течение 3 рабочих дней со дня

заседания апелляционной комиссии. Факт ознакомления обучающегося, подавшего апелляцию, с решением апелляционной комиссии удостоверяется подписью обучающегося.

При рассмотрении апелляции о нарушении процедуры проведения государственного аттестационного испытания апелляционная комиссия принимает одно из следующих решений:

об отклонении апелляции, если изложенные в ней сведения о нарушениях процедуры проведения государственного аттестационного испытания обучающегося не подтвердились и (или) не повлияли на результат государственного аттестационного испытания;

об удовлетворении апелляции, если изложенные в ней сведения о допущенных нарушениях процедуры проведения государственного аттестационного испытания обучающегося подтвердились и повлияли на результат государственного аттестационного испытания.

В случае удовлетворения апелляции результат проведения государственного аттестационного испытания подлежит аннулированию, в связи с чем протокол о рассмотрении апелляции не позднее следующего рабочего дня передается в государственную экзаменационную комиссию для реализации решения апелляционной комиссии. Обучающемуся предоставляется возможность пройти государственное аттестационное испытание в сроки, установленные кафедрами.

Повторное проведение государственного аттестационного испытания обучающегося, подавшего апелляцию, осуществляется в присутствии председателя или одного из членов апелляционной комиссии не позднее даты завершения обучения в университете в соответствии со стандартом.

Апелляция на повторное проведение государственного аттестационного испытания не принимается.

### **3. Примерные темы выпускной квалификационной работы**

- 1) Совершенствование системы продаж торгового предприятия на основе исследования потребителей
- 2) Совершенствование услуг оператора мобильной связи на основе изучения скрытых потребностей покупателей.
- 3) Позиционирование объектов жилой недвижимости на рынке строящегося жилья (на примере ЖК "Луговое")
- 4) Исследование и обоснование направлений совершенствования менеджмента и маркетинга медицинских услуг
- 5) Проблемы совершенствования коммуникативной политики НКО в информационном обществе (на примере ФГУП "ЧукотТИНТО")
- 6) Совершенствование работы с клиентами сервисного предприятия на основе исследования потребителей
- 7) Новые способы сбора и обработки информации для целей маркетинговых исследований на предприятиях транспорта

- 8) Развитие инструментов продвижения бренда в сети INTERNET (на примере бренда "Байкальская Виза")
- 9) Оценка конкурентоспособности ОАО "Гостиничный комплекс "Пекин"
- 10) Проблемы повышения конкурентоспособности Иркутской области: туристический аспект
- 11) Высшее учебное заведение как клиентоориентированная организация
- 12) Маркетинговое обоснование проекта создания самостоятельного автотранспортного предприятия на рынке пассажирских перевозок г. Ангарска
- 13) Маркетинговый подход к совершенствованию закупочной деятельности
- 14) Оптимизация продуктовой политики центра повышения квалификации (на примере ОЦРП Университета X)
- 15) Формирование имиджа образовательного учреждения
- 16) Трансформация имиджа образовательного учреждения
- 17) Гендерные аспекты формирования имиджа рок-исполнителей
- 18) Оценка рыночной стоимости товарного знака
- 19) Оценка банковского бренда и способы увеличения его стоимости
- 20) Маркетинговое обоснование управления нематериальными активами предприятия
- 21) Содержание доклада
- 22) Иллюстрационный материал
- 23) Ответы на вопросы

#### **4. Схема формирования итоговой оценки при выполнении и защите выпускной квалификационной работы**

##### **Описание показателей, критериев и шкал оценивания сформированности компетенций по итогам защиты выпускной квалификационной работы**

Характеристики работы	Шкала оценивания (Кол-во баллов)	Перечень компетенций
1. Оценка выполненной работы по содержанию		
1.1 Актуальность и новизна темы для организации и региона	до 5	ОК-1, ПК-8
1.2 Содержательность и глубина проведенного теоретического анализа проблемы (1 глава)	до 10	ОПК-3, ПК-6
1.3 Использование литературы (достаточное количество актуальных источников, достаточность цитирования, наличие источников на иностранном языке)	до 5	ПК-6
1.4 Содержательность и глубина проведенного анализа проблем менеджмента и маркетинга (1-я часть 2-й главы)	до 10	ПК-5
1.5 Содержательность и глубина проведенного анализа проблемы согласно заявленной теме ВКР (2-я часть 2-й главы)	до 10	ОК-2, ПК-4, ПК-9
1.6 Качество и полнота разработки проекта, предложений, рекомендаций, оригинальность выводов	до 12	ПК-2

Характеристики работы	Шкала оценивания (Кол-во баллов)	Перечень компетенций
1.7 Возможность внедрения разработанного проекта, предложений, рекомендаций и готовность автора руководить его (их) внедрением	до 5	ОПК-2, ПК-1
1.8 Наличие оценки маркетинговой и экономической эффективности разработанного проекта (предложений, рекомендаций)	до 5	ПК-3
1.9 Качество оформления ВКР	до 5	ОПК-1
1.10 Наличие опубликованной статьи по теме ВКР	до 3	ОК-3, ОПК-1
Всего баллов	до 70	
<b>2. Оценка процедуры защиты</b>		
2.1 Качество доклада (соответствие содержанию работы, полное раскрытие основных значимых положений работы)	до 5	ПК-7
2.2 Качество и использование презентационного материала (соответствие содержанию доклада, наглядность, достаточный объем)	до 5	ОПК-1
2.3 Качество ответов на вопросы (полнота, глубина, оригинальность мышления)	до 20	ОПК-1
Всего баллов	до 30	
Итого	до 100	

## **ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ СТРУКТУРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ**

### **1 Титульный лист**

Образец титульного листа представлен в программе ГИА на сайте БГУ. Титульный лист является стр. 1 диссертации (номер страницы на титульном листе не ставится).

### **2 Задание и календарный план**

Образец задания и плана представлен в программе ГИА на сайте БГУ. Этот лист является стр. 2 диссертации.

### **3 Введение (автореферат)**

Введение (автореферат) является кратким изложением основных положений магистерской диссертации. Оно (он) необходимо для быстрого ознакомления с основными положениями диссертации и теми авторскими достижениями, которые выносятся на защиту.

Для лучшего восприятия материал введения (автореферата) необходимо структурировать. Структура разрабатывается таким образом, чтобы были выделены преимущества работы. Рекомендуемый размер автореферата – стр. 3-5.

Образец титульного листа автореферата представлен в программе ГИА на сайте БГУ.

Оформление диссертации и автореферата осуществляется по требованиям, изложенным в программе ГИА на сайте БГУ.

#### **4 Оглавление**

Для лучшего восприятия стоит выделить разделы и подразделы (предпочтительно использовать двойную нумерацию).

#### **5 Введение**

В этом разделе рекомендуется поместить обоснование актуальности темы магистерской диссертации – как для практической деятельности предприятия (организации), отрасли, региона, так и для постановки и решения научной проблемы.

#### **6 Основная содержательная часть**

Основная часть разбивается на разделы и подразделы. Раздел имеет нумерацию 1, 2, 3, 4, а подраздел – 1.1, 1.2, 2.2 и т. д. Разделы и подраздел позволяет раскрыть выбранную тему и сформулировать полученные выводы и предложения.

Основная часть, как правило, состоит из трех разделов. В конце каждого раздела автор должен сделать краткие выводы.

**Первый раздел** посвящен теоретической проработке проблемы, в соответствии с выбранной темой. При этом следует обратить внимание на новейшие разработки в области маркетинга и менеджмента по исследуемой проблеме, на передовой опыт ее решения в регионе, России, других странах. Студент должен высказать свое отношение к дискуссионным положениям по данной проблеме.

**Второй раздел** должен носить аналитический характер, поскольку на основе ее результатов диссертант предлагает направления (конкретные разработки) по решению избранной проблемы.

В этом разделе излагаются методики и результаты авторского исследования: во-первых, в части общего анализа маркетингового и экономического положения организации или другого объекта исследования (например, анализ маркетинговой среды предприятия) и, во-вторых, в части анализа состояния той проблемной ситуации, которая составляет предмет магистерского исследования (например, анализ современного имиджа предприятия).

В любом случае анализ должен сопровождаться иллюстрациями: документами, приложенными к работе, аналитическими таблицами и диаграммами по анализу и т.д. Иллюстративные материалы (особенно если их объем велик) могут быть отнесены в приложения, тогда в основном тексте дипломной работы на них делается ссылка.

**Третий раздел** должен носить проектный характер, в нем должны быть представлены маркетинговые и другие предложения (мероприятия) по

решению избранной проблемы, которые диссертант предлагает на основании результатов анализа (исследования), сделанных в предыдущих разделах. Здесь также можно предложить использовать передовой опыт других фирм (организаций) – российских или зарубежных. В магистерской диссертации должно содержаться обоснование предлагаемых решений (со ссылками на материалы аналитического раздела).

В этот раздел помещаются также разработки по реализации предлагаемых решений, описание процесса их практического внедрения и обязательно расчет экономической эффективности разработанных мероприятий или проекта.

**Иногда** основная часть магистерской диссертации содержит не три, а четыре раздела. Как правило, это происходит тогда, когда в диссертации выполнены два аналитических раздела: первый содержит анализ управленческой, маркетинговой, экономической деятельности организации, а второй – углубленный авторский анализ избранной проблемы. Например, при теме диссертации «Обоснование и разработка проекта вывода на рынок нового продукта (бренда)» второй аналитический раздел может содержать программу исследования рынка, на который выводится новый продукт, анализ полученных в процессе исследования результатов, их интерпретацию и выводы.

## **7 Заключение**

В заключении излагаются основные выводы, информация об апробации (внедрении) результатов диссертации. Здесь также могут быть перечислены направления дальнейших исследований. Объем заключения – 1-3 стр.

## **8 Список использованных источников**

Список источников, использованных автором в процессе написания диссертации, должен содержать не менее 35 источников и быть выполнен с соблюдением оформительских правил (см. в программе ГИА на сайте БГУ).

Список литературы строится по принципу типизации изданий. Исходя из этого принципа, при сквозной (сплошной) нумерации всех изданий, последовательность списка должна быть следующей.

1. Нормативно-правовые документы,
2. Словари и энциклопедические издания,
3. Книги, монографии, статьи из научных периодических изданий, статьи из периодической печати, касающиеся исследуемой тематики,
4. Интернет-источники,
5. Иностранная литература,
6. Источники внутренней информации предприятия.

Необходимые для оформления библиографической записи сведения берутся с титульного листа книги.

Статьи, опубликованные автором диссертации, в список не включаются.

**Внимание!** На каждый источник, помещенный в список, должна содержаться хотя бы одна ссылка в тексте диссертации.

## 9 Приложения

В приложение помещаются материалы, дополняющие текст основной содержательной части диссертации, а также громоздкие таблицы и другие материалы, на которые сделаны ссылки в разных разделах диссертации.

Каждое приложение должно иметь номер и название. На каждое приложение должна быть сделана ссылка в основном тексте.

В оглавлении каждое приложение не только указывается со своим номером, но и рекомендуется указать его название, т.к. это обогащает содержание оглавления работы.

## 5. Литература

### Защита ВКР, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты

#### а) основная литература:

1. Чернатони Л. Л., МакДональд М. Брендинг. Как создать мощный бренд/ М. МакДональд.- Москва: Юнити-Дана, 2015.-559 с.
2. Музыкант В. Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации. учеб. пособие для вузов. допущено УМО по образованию в обл. коммерции и маркетинга/ В. Л. Музыкант.- М.: ИНФРА-М, 2013.-215 с.
3. Тюриков А. Г., Шляпин Д. Е. Интернет-реклама. учеб. пособие [для вузов]/ А. Г. Тюриков, Д. Е. Шляпин.- М.: Дашков и К, 2008.-141 с.
4. Интернет-технологии в экономике знаний. учеб. пособие для вузов. рек. УМО вузов России по образованию/ Н. М. Абдикеев [и др.]- М.: ИНФРА-М, 2010.-448 с.
5. Философова Т. Г., Быков В. А., Философова Т. Г. Конкуренция и конкурентоспособность. учеб. пособие для вузов. рек. М-вом образования РФ. рек. Учеб.-метод. центром "Проф. учеб. " / Т. Г. Философова, В. А. Быков.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.-271 с.
6. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. Marketing management. пер. с англ.. 12-е изд./ Ф. Котлер, К. Л. Келлер.- СПб.: Питер, 2012.-814 с.
7. Галицкий Е. Б. Ефим Борисович, Галицкая Е. Г. Елена Геннадьевна Маркетинговые исследования. допущено М-вом образования и науки РФ. учебник для магистров/ Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая.- М.: Юрайт, 2012.-540 с.
8. Березин И. Маркетинговые исследования. Инструкция по применению. 3-е изд., перераб. и доп./ Игорь Березин.- М.: Юрайт, 2012.-381 с.
9. Голубкова Е. Н. Евгения Никитична Маркетинговые коммуникации. допущено УМО по образованию в обл. экономики и экономической теории. учеб. [для вузов]. 3-е изд., перераб. и доп./ Е. Н. Голубкова.- М.: Дело и сервис, 2011.-330 с.
10. Карташова Л. В., Никонова Т. В., Соломанидина Т. О. Организационное поведение. учебник для вузов. рек. М-вом образования РФ. 2-е изд., перераб. и доп./ Л. В. Карташова, Т. В. Никонова, Т. О. Соломанидина.- М.: ИНФРА-М, 2012.-383 с.
11. Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Шахурин В. Г. Основы рекламы. учебник для вузов. допущено М-вом образования и науки РФ. 14-е изд., перераб. и доп./ Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин.- М.: Дашков и К, 2013.-538 с.

12. Фунтов В. Н. Валерий Николвевич Основы управления проектами в компании. допущено УМО по образованию в обл. менеджмента. учеб. пособие для вузов. 3-е изд., доп./ В. Н. Фунтов.- М.: ПИТЕР, 2012.-393 с.
13. Прямой маркетинг. Direct Marketing. Direct Marketing. практ. пособие/ Джордж Дункан.- М.: Проспект, 2006.-496 с.
14. Дэй Дж. Джордж, Day G. S., Егоров В. Стратегический маркетинг. Market Driven Strategy. Market Driven Strategy/ Джордж Дэй.- М.: Эксмо-Пресс, 2002.-632 с.
15. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг. рек. М-вом образования РФ. учебник. 4-е изд./ Р. А. Фатхутдинов.- СПб.: Питер, 2006.-346 с.
16. Стратегический маркетинг ситуации, примеры. Strategic marketing:Cases,Concepts and Challenges. учеб. для вузов. Strategic marketing: Cases, Concepts and Challenges/ Дж. Эткинсон, Й. Уилсон.- М.: ЮНИТИ, 2001.-472 с.
17. Почепцов Г. Г. Георгий Георгиевич Теория коммуникации. 2-е изд., стер./ Георгий Почепцов.- М.: СмртБук, 2009.-651 с.
18. Громова О. Н., Латфуллин Г. Р., Райченко А. В. Теория организации и организационное поведение. учебник для магистров. допущено УМО высшего образования/ под ред. Г. Р. Латфуллина, О. Н. Громовой, А. В. Райченко.- М.: Юрайт, 2014.-471 с.
19. Бурцева Т. А., Сизов В. С., Цень О. А. Управление маркетингом. учеб. пособие для вузов. допущ. М-вом образования РФ/ Бурцева Т. А., Сизов В. С., Цень О. А.- М.: Экономистъ, 2005.-223 с.
20. Федосеев В. Н. Управление маркетингом. рек. М-вом образования РФ. учеб. пособие/ В. Н. Федосеев.- Ростов н/Д: МарТ, 2006.-205 с.
21. Управление маркетингом: опыт и проблемы. Inside The Minds : Leading Marketers. Inside The Minds: Leading Marketers. Инструменты рекламы Вып. 2/ М. Т. Рейни [и др].- М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.-179 с.
22. Сооляттэ А. Ю. Андрей Юрьевич Управление проектами в компании: методология, технологии, практика. учебник для вузов. рек. УМО по образованию в обл. антикризисного управления/ А. Ю. Сооляттэ.- М.: Синергия, 2012.-515 с.
23. Управленческая экономика. Инструментарий руководителя. Managtrial economics. 5-е изд./ Пол Кит, Филип Янг.- СПб.: Питер, 2008.-622 с.
24. [Васильева Е.А. Система маркетинговых исследований и информации в сервисе \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Е.А. Васильева, Я.О. Гришанова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 70 с. — 978-5-4486-0198-9. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/71588.html](http://www.iprbookshop.ru/71588.html)
25. [Голова А.Г. Управление продажами \[Электронный ресурс\] : учебник / А.Г. Голова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 279 с. — 978-5-394-01975-3. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/4459.html](http://www.iprbookshop.ru/4459.html)
26. [Котляревская И.В. Стратегический маркетинг \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / И.В. Котляревская. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, 2015. — 244 с. — 978-5-7996-1313-6. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/68479.html](http://www.iprbookshop.ru/68479.html)
27. [Ляско А.К. Стратегический менеджмент \[Электронный ресурс\] : современный учебник / А.К. Ляско. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дело, 2013. — 488 с. — 978-5-7749-0732-8. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/51100.html](http://www.iprbookshop.ru/51100.html)
28. [Маркетинговые коммуникации \[Электронный ресурс\] : методические рекомендации / . — Электрон. текстовые данные. — Орск: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, Орский гуманитарно-технологический институт \(филиал\) Оренбургского государственного университета, 2013. — 38 с. — 2227-8397. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/51551.html](http://www.iprbookshop.ru/51551.html)
29. [Современный стратегический анализ \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Е.Ю. Кузнецова \[и др.\]. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский](http://www.iprbookshop.ru/51551.html)



- [федеральный университет, 2016. — 132 с. — 978-5-7996-1832-2. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/68473.html](http://www.iprbookshop.ru/68473.html)
30. [Соколова Н.Г. Основы маркетинговых исследований. Практикум \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Н.Г. Соколова, О.В. Титова, Т.В. Груздева. — Электрон. текстовые данные. — Ижевск: Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова, 2017. — 404 с. — 978-5-7526-0764-6. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/73869.html](http://www.iprbookshop.ru/73869.html)
31. [Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии \[Электронный ресурс\] : учебник для вузов / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 577 с. — 5-85173-059-5. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/74945.html](http://www.iprbookshop.ru/74945.html)
32. [Управление маркетинговыми коммуникациями \[Электронный ресурс\] : учебно-методическое пособие \(для студентов III курса факультета международного бизнеса, обучающихся по направлениям подготовки «Менеджмент», профили «Маркетинг», «Международный менеджмент», «Реклама и связи с общественностью»\) / . — Электрон. текстовые данные. — Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2016. — 98 с. — 978-5-7779-1980-9. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/59666.html](http://www.iprbookshop.ru/59666.html)
33. [Управление маркетингом на предприятии \[Электронный ресурс\] : учебно-методическое пособие / О.С. Елкина \[и др.\]. — Электрон. текстовые данные. — Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2016. — 264 с. — 978-5-7779-1994-6. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/59667.html](http://www.iprbookshop.ru/59667.html)
34. [Филип Котлер Маркетинг от А до Я \[Электронный ресурс\] : 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Котлер Филип. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 211 с. — 978-5-9614-5016-3. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/43688.html](http://www.iprbookshop.ru/43688.html)

**б) дополнительная литература:**

1. Афанасьев Г. С. Event-мероприятия как инструмент продвижения товарных брендов и услуг/ Г.С. Афанасьев.- Москва: Лаборатория книги, 2012.-108 с.
2. Холланд Г., Holland Н. Директ-маркетинг. Direktmarketing. пер. с нем.. Direktmarketing/ Генрих Холланд.- СПб.: Вершина, 2006.-365 с.
3. Кеннеди Д. Д. Жесткий директ-маркетинг. заставьте покупателя достать бумажник/ Д. Кеннеди.- Москва: Альпина Паблишер, 2014.-175 с.
4. Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителям и далее - к человеческой душе. Marketing 3.0 : From Products to Customers to the Human Spirit/ Филип Котлер, Айвен Сетиаван, Хермаван Картаджайя.- М.: Альпина Бизнес Букс, 2012.-223 с.
5. Дубровин И. А. Игорь Александрович Маркетинговые коммуникации. рек. УМО по образованию в обл. экономики и экон. теории. учебник для вузов. 2-е изд./ И. А. Дубровин.- М.: Дашков и К, 2010.-577 с.
6. Рыженков А. Г. Мерчандайзинг. учеб. пособие/ А. Г. Рыженков.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2014.-124 с.
7. Методы стимулирования продаж в торговле. учебник для вузов. рек. ФЭТТ РЭУ им. Г. В. Плеханова.- М.: ИНФРА-М, 2013.-303 с.
8. Брукс Я. Ян, Brooks I. Ian, Добраев В. Л. Организационное поведение: индивидуумы, группы и организация. Organisational behaviour. Individuals, Groups and Organisation. учеб. [для вузов]/ Ян Брукс.- М.: Дело и сервис, 2008.-452 с.
9. Основы воздействия СМИ. Fundamentals of Media Effects. Fundamentals of Media Effects/ Д. Брайант, С. Томпсон.- М.: Вильямс, 2004.-425 с.
10. Грязнова А. Г. Алла Георгиевна, Джинджолия А. Ф. Александр Фиратович Основы менеджмента. допущено УМО вузов России по образованию в обл. менеджмента. учебное пособие для вузов/ А. Г. Грязнова, А. Ф. Джинджолия.- М.: Экономика, 2008.-427 с.

11. Роббинз С. П. Стивен П., Robbins S. P. Stephen P., Пелявский О. Л. Основы организационного поведения. Essentials of organizational behavior. 8-е изд./ Стивен П. Роббинз.- М.: Вильямс, 2006.-443 с.
12. Траут Дж. Джек, Райс Эл Позиционирование : битва за умы. 20-е, юбил. изд./ Джек Траут и Эл Райс.- СПб.: Питер, 2007.-327 с.
13. Кеворков В. В., Кеворков Д. В. Практикум по маркетингу. учеб. пособие для вузов. 4-е изд., перераб. и доп./ В. В. Кеворков, Д. В. Кеворков.- М.: КноРус, 2015.-566 с.
14. Ильин А. С. Анатолий Семенович Реклама в коммуникационном процессе. курс лекций/ А. С. Ильин.- М.: КноРус, 2012.-141 с.
15. Хапенков В. Н. Владимир Николаевич, Иванов Г. Г. Геннадий Геннадьевич, Федюнин Д. В. Дмитрий Валерьевич Рекламная деятельность в торговле. учебник для вузов. рек. ФЭТТ РЭУ им. Г. В. Плеханова/ В. Н. Хапенков, Г. Г. Иванов, Д. В. Федюнин.- М.: ИНФРА-М, 2013.-366 с.
16. Бердышев С. Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления. 2-е изд./ С. Н. Бердышев.- М.: Дашков и К, 2011.-252 с.
17. Современная реклама. Contemporary Advertising. 11-е изд./ В. Аренс, М. Вейголд, К. Аренс.- М.: ЭКСМО, 2011.-878 с.
18. Середа К. Н. Справочник по рекламе/ К. Н. Середа.- Ростов н/Д: Феникс, 2010.-301 с.
19. Аакер Д. Дэвид, Aaker D. A. David, Божук С. Г. Стратегическое рыночное управление. Strategic Market management. 7-е изд./ Дэвид Аакер.- СПб.: Питер, 2011.-495 с.
20. Шамхалова С. Ш. Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей. 2-е изд./ С. Ш. Шамхалова.- М.: Дашков и К, 2013.-138 с.
21. Моисеева Н. К., Коньшева М. В. Управление маркетингом : теория, практика, информационные технологии. учеб. пособие. рек. УМО вузов России. 2-е изд., перераб. и доп./ Н. К. Моисеева, М. В. Коньшева.- М.: Финансы и статистика, 2005.-416 с.
22. Татаринов К. А., Шваенко О. П. Управление маркетингом в сельскохозяйственных предприятиях. учеб. пособие/ К. А. Татаринов, Шваенко О. П.- Иркутск: Изд-во ИГСХА, 2005.-154 с.
23. Управление маркетингом: опыт и проблемы. Inside The Minds : Leading Marketers. Inside The Minds: Leading Marketers. Коммуникации бренда Вып. 1/ Стефен Джонс [и др.]- М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.-204 с.
24. Попов Ю. И., Яковенко О. В. Управление проектами. допущено М-вом образования РФ. учеб. пособие по программе МВА/ Ю. И. Попов, О. В. Яковенко.- М.: ИНФРА-М, 2011.-208 с.
25. Борисова Е. А. Эффективные коммуникации в бизнесе/ Е. А. Борисова.- СПб.: Питер, 2005.-207 с.
26. [Агарков А.П. Управление инновационной деятельностью \[Электронный ресурс\] : учебник для бакалавров / А.П. Агарков, Р.С. Голов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 208 с. — 978-5-394-02328-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52293.html>](#)
27. [Акулич И.Л. Международный маркетинг \[Электронный ресурс\] : учебник / И.Л. Акулич. — Электрон. текстовые данные. — Минск: ТетраСистемс, Тетралит, 2014. — 512 с. — 978-985-7081-32-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/28128.html>](#)
28. [Андреев С.Н. Основы некоммерческого маркетинга \[Электронный ресурс\] / С.Н. Андреев, Л.Н. Мельниченко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Прогресс-Традиция, 2000. — 256 с. — 5-89826-046-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/27907.html>](#)
29. [Бабушкина Е.А. Антикризисное управление \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Е.А. Бабушкина, О.Ю. Бирюкова, Л.С. Верещагина. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Научная книга, 2012. — 159 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/6260.html>](#)
30. [Беляева О.В. Экономика предприятия \(организации\). Сборник задач \[Электронный ресурс\] : учебно-методическое пособие / О.В. Беляева, Ж.А. Беляева. — Электрон.](#)

- текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2017. — 52 с. — 978-5-4487-0009-5. — Режим доступа:<http://www.iprbookshop.ru/64328.html>
31. Бердышев С.Н. Рекламное агентство. С чего начать (2-е издание) [Электронный ресурс] / С.Н. Бердышев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. — 168 с. — 978-5-394-01551-9. — Режим доступа:<http://www.iprbookshop.ru/5979.html>
32. Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы [Электронный ресурс] : практическое пособие / С.Н. Бердышев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 121 с. — 978-5-394-01667-7. — Режим доступа:<http://www.iprbookshop.ru/57111.html>
33. Бердышев С.Н. Технологии работы с трудными клиентами [Электронный ресурс] / С.Н. Бердышев. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 146 с. — 978-5-394-01861-9. — Режим доступа:<http://www.iprbookshop.ru/75195.html>
34. Береговая И.Б. Управление конкурентоспособностью социально-экономических систем. Теория и методология [Электронный ресурс] : монография / И.Б. Береговая, О.М. Калиева. — Электрон. текстовые данные. — Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2017. — 250 с. — 978-5-7410-1738-8. — Режим доступа:<http://www.iprbookshop.ru/71346.html>
35. Богомолова Е.В. Производственный менеджмент [Электронный ресурс] : курс лекций / Е.В. Богомолова, И.А. Черникова. — Электрон. текстовые данные. — Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2016. — 97 с. — 978-5-88247-778-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/64871.html>
36. Брайан Гарнер Эффективные письменные деловые коммуникации [Электронный ресурс] / Гарнер Брайан. — Электрон. текстовые данные. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 195 с. — 978-5-91657-940-6. — Режим доступа:<http://www.iprbookshop.ru/39478.html>
37. Валеева Е.О. Организационное поведение [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.О. Валеева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2015. — 176 с. — 978-5-905916-88-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/31936.html>
38. Ветлужских Е. Мотивация и оплата труда [Электронный ресурс] : инструменты. Методики. Практика / Е. Ветлужских. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2017. — 150 с. — 978-5-9614-6150-3. — Режим доступа:<http://www.iprbookshop.ru/62046.html>
39. Герасименко А. Финансовый менеджмент - это просто [Электронный ресурс] : базовый курс для руководителей и начинающих специалистов / А. Герасименко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 481 с. — 978-5-9614-5132-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/41491.html>
40. Деловые коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.Г. Круталевич [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 216 с. — 978-5-7410-1378-6. — Режим доступа:<http://www.iprbookshop.ru/61357.html>
41. Джон Иган Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления 080100, «Коммерция (торговое дело)» 080301 / Иган Джон. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 375 с. — 978-5-238-01321-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34473.html>
42. Джордж Дж.М. Организационное поведение. Основы управления [Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / Дж.М. Джордж, Г.Р. Джоунс. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 459 с. — 5-238-00512-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74898.html>

43. [Захарова Ю.А. Продакт-менеджмент, или Искусство управления товаром \(2-е издание\) \[Электронный ресурс\] : практическое пособие / Ю.А. Захарова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 125 с. — 978-5-394-01537-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57065.html>](#)
44. [Иванов А. Бесплатная реклама \[Электронный ресурс\] : результат без бюджета / А. Иванов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 250 с. — 978-5-9614-5117-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/42029.html>](#)
45. [Иванов А. Как придумать идею, если вы не Огилви \[Электронный ресурс\] / А. Иванов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 264 с. — 978-5-9614-4965-5. — Режим доступа: \[Иванов А. Как придумать идею, если вы не Огилви \\[Электронный ресурс\\] / А. Иванов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 264 с. — 978-5-9614-4965-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43643.html>\]\(http://www.iprbookshop.ru/43643.html\)](#)
46. [Ильдеменов А.С. Операционный менеджмент \[Электронный ресурс\] : учебник / А.С. Ильдеменов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012. — 384 с. — 978-5-4257-0020-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17030.html>](#)
47. [Кузнецов П.А. Современные технологии коммерческой рекламы \[Электронный ресурс\] : практическое пособие / П.А. Кузнецов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2016. — 296 с. — 978-5-394-01068-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60508.html>](#)
48. [Маренко В.А. Информационно-аналитические методы в маркетинговых исследованиях \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / В.А. Маренко, О.Н. Лучко. — Электрон. текстовые данные. — Омск: Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2013. — 130 с. — 978-5-93252-287-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/18253.html>](#)
49. [Маркетинг в сервисе \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / . — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский городской педагогический университет, 2013. — 44 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/26518.html>](#)
50. [Поведение потребителей \(2-е издание\) \[Электронный ресурс\] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция \(торговое дело\)» / Г.А. Васильев \[и др.\]. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 238 с. — 978-5-238-01280-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52533.html>](#)
51. [Сейфуллаева М.Э. Международный маркетинг \[Электронный ресурс\] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / М.Э. Сейфуллаева. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 319 с. — 5-238-00800-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71021.html>](#)
52. [Синяева И.М. Интегрированные маркетинговые коммуникации \[Электронный ресурс\] : учебник / И.М. Синяева. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 504 с. — 978-5-238-02309-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10522.html>](#)
53. [Соколоверов А.П. УМНО, или Управление маркетингом нетривиальным образом \[Электронный ресурс\] / А.П. Соколоверов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 214 с. — 978-5-9614-4400-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/41471.html>](#)
54. [Фролов Ю.В. Анализ результатов маркетинговых исследований в системе Statistica \(на примерах\) \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Ю.В. Фролов, О.М. Игрунова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Русайнс, 2015. — 248 с. — 978-5-4365-0514-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48870.html>](#)

## **6. Методические рекомендации по выполнению выпускной квалификационной работы**

## **Методические материалы, определяющие процедуры оценивания при проведении государственной итоговой аттестации**

Методические материалы представляют собой краткое описание процедур оценивания сформированности компетенций по результатам освоения основной профессиональной образовательной программы в ходе проведения государственной итоговой аттестации.

В содержании методических материалов указывается, в какой форме, с использованием каких оценочных средств он проводится.

Обязательным разделом методических материалов является разработанная система критериев выставления оценки студенту по итогам прохождения государственной итоговой аттестации. Система критериев оценки должна быть определена по каждому элементу с использованием интервальной шкалы баллов, применяемой в привязке к рейтинговой 100-балльной системе оценки успеваемости.

### **Критерии и шкалы оценивания выполнения магистерской диссертации**

#### **1. Оценка выполненной работы по содержанию**

##### **1.1 Актуальность и новизна темы для организации и региона**

**5 баллов** выставляется в случае, если тема работы разработана по заказу организации (или иного субъекта), решает значимую для организации проблему и тема сформулирована впервые или раскрыта с использованием нетрадиционных подходов;

**4 балла** выставляется в случае, если ее актуальность для организации очевидна; тема редкая, раскрыта с использованием как традиционных, так и нетрадиционных подходов;

**3 балла** выставляется в случае, если ее актуальность для организации очевидна, но недостаточно хорошо показана в работе; тема редкая, раскрыта с использованием как традиционных, так и нетрадиционных подходов;

**2 балла** выставляется в случае, если тема традиционная, популярная; слабо актуальна для субъекта, **балл** выставляется в случае, если информация которого послужила основой для выполнения исследования;

**1 балл** выставляется в случае, если тема слабо актуальна для субъекта, информация которого послужила основой для выполнения исследования; использованы только традиционные подходы к раскрытию темы;

**0 баллов** выставляет в случае, если тема не вполне актуальна и не нова.

##### **1.2 Содержательность и глубина проведенного теоретического анализа проблемы (раздела 1)**

**9-10 баллов** выставляется в случае, если теоретическая часть работы выполнена с использованием значительного количества литературных

источников, включая зарубежные, теоретический материал обобщен автором, имеются собственные теоретические обобщения и подходы;

**7-8 баллов** выставляется в случае, если теоретическая часть работы выполнена с использованием значительного количества литературных источников, включая зарубежные, теоретический материал обобщен автором, имеются собственные теоретические обобщения и подходы;

**4-6 баллов** выставляется в случае, если теоретическая часть работы выполнена с использованием минимального количества литературных источников, в основном учебного характера, нет собственной интерпретации излагаемого материала, текст скомпилирован из литературных источников;

**0-3 баллов** выставляется в случае, если теоретическая часть работы написана на основе лекционного материала, в ней отсутствует описание различных точек зрения на рассматриваемые вопросы, отсутствуют корректно оформленные ссылки.

### **1.3 Использование литературы (достаточное количество актуальных источников, достаточность цитирования, наличие источников на иностранном языке)**

**5 баллов** выставляется в случае использования более 50 нормативно-правовых актов, источников отечественной и зарубежной литературы, наличия большого количества ссылок (более 20) на использованные источники;

**4 балла** выставляется в случае использования более 40 нормативно-правовых актов, источников отечественной и зарубежной литературы, наличия большого количества ссылок (более 20) на использованные источники;

**3 балла** выставляется в случае использования более 30 нормативно-правовых актов, источников отечественной и зарубежной литературы, наличия большого количества ссылок (более 20) на использованные источники;

**2 балла** выставляется в случае использования более 20 нормативно-правовых актов, источников отечественной и зарубежной литературы, наличия ссылок (более 10) на использованные источники;

**1 балл** выставляется в случае использования более 20 нормативно-правовых актов, источников отечественной литературы;

**0 баллов** выставляется в случае использования менее 20 нормативно-правовых актов, источников отечественной литературы.

### **1.4 Содержательность и глубина проведенного анализа проблем менеджмента и маркетинга организации (1-я часть 2-го раздела)**

**9-10 баллов** выставляется в случае, если практическая часть работы выполнена с использованием эмпирического материала, выводы автора подкреплены большим количеством примеров (в т.ч. оформленных в качестве приложений к работе) и представляются достаточно обоснованными;

**7-8 баллов** выставляется в случае, если практическая часть работы выполнена с использованием условного примера, но в работе имеются авторские выводы, которые представляются достаточно обоснованными;

**4-6 баллов** выставляется в случае, если практическая часть работы основана на информации учебного характера, практически не содержит эмпирических данных и выводов автора;

**0-3 баллов** выставляется в случае, если практическая часть работы выполнена как теоретическая часть и не содержит реальных или условных эмпирических данных.

### **1.5 Содержательность и глубина проведенного анализа проблемы согласно заявленной теме диссертации (2-я часть 2-го раздела)**

**9-10 баллов** выставляется в случае, если практическая часть работы выполнена с использованием эмпирического материала, выводы автора подкреплены большим количеством примеров (в т.ч. оформленных в качестве приложений к работе) и представляются достаточно обоснованными;

**7-8 баллов** выставляется в случае, если практическая часть работы выполнена с использованием условного примера, но в работе имеются авторские выводы, которые представляются достаточно обоснованными;

**4-6 баллов** выставляется в случае, если практическая часть работы основана на информации учебного характера, практически не содержит эмпирических данных и выводов автора;

**0-3 баллов** выставляется в случае, если практическая часть работы выполнена как теоретическая часть и не содержит реальных или условных эмпирических данных.

### **1.6 Качество и полнота разработки проекта, предложений, рекомендаций, оригинальность выводов**

**11-12 баллов** выставляется в случае, если в работе присутствует самостоятельно и системно разработанный проект, основанный на знании лучших практик отечественных и зарубежных компаний, методические разработки, имеющие новизну, основанные на результатах теоретического и практического анализа и оригинальных выводах;

**9-10 баллов** выставляется в случае, если в работе присутствуют собственные предложения и разработки по их реализации, основанные на знании лучших практик отечественных и зарубежных компаний, методические разработки, имеющие новизну, основанные на положениях теоретических и практических разделов работы;

**7-8 баллов** выставляется в случае, если в работе присутствуют собственные рекомендации, основанные на знании лучших практик отечественных и зарубежных компаний, методические разработки, имеющие новизну, основанные на положениях теоретических и практических разделов работы;

**4-6 балла** выставляется в случае, если в работе присутствует адаптация



традиционных методик, учитывающих специфику функционирования организации;

**0-3 балла** выставляется в случае, если отсутствуют или минимальны предложения и рекомендации автора, либо они не учитывают специфику функционирования организации;

### **1.7 Возможность внедрения разработанного проекта, предложений, рекомендаций и готовность автора руководить его (их) внедрением**

**5 баллов** выставляется в случае, если в работе присутствует проект, целиком рекомендованный к внедрению или внедренный в организации;

**3-4 балла** выставляется в случае, если в работе присутствуют предложения, рекомендации, большая часть которых рекомендована к внедрению в организации;

**2-1 балла** выставляется в случае, если в работе присутствуют какие-либо предложения, рекомендации, рекомендованные к внедрению в организации;

**0 баллов** выставляется в случае, если отсутствуют какие-либо предложения, рекомендации, рекомендованные к внедрению в организации.

### **1.8 Наличие оценки маркетинговой и экономической эффективности разработанного проекта (предложений, рекомендаций)**

**5 баллов** выставляется в случае, если в работе присутствуют расчеты как маркетинговой, так и экономической эффективности разработанного проекта (предложений, рекомендаций);

**3-4 балла** выставляется в случае, если в работе присутствует расчет маркетинговой эффективности разработанного проекта (предложений, рекомендаций);

**2-1 балла** выставляется в случае, если в работе присутствует расчет экономической эффективности разработанного проекта (предложений, рекомендаций);

**0 баллов** выставляется в случае, если отсутствуют какие-либо оценки эффективности проекта (предложений, рекомендаций).

### **1.9 Качество оформления диссертации**

**5 баллов** выставляется в случае полного соответствия оформления работы установленным правилам;

**4 балла** выставляется в случае незначительных отклонений оформления работы от установленных правил; при правильном оформлении списка использованной литературы, четком структурировании работы;

**3 балла** выставляется в случае существенных отклонений оформления (неверное форматирование текста, неверное оформление части таблиц, формул и диаграмм), при правильном оформлении списка использованной литературы, четком структурировании работы;

**2 балла** выставляется в случае существенных отклонений оформления (неверное форматирование текста, неверное оформление части таблиц,



формул и диаграмм), при правильном оформлении списка использованной литературы;

**1 балл** выставляется в случае наличия большого количества несоответствий в оформлении работы установленным правилам, неверного оформления списка использованных источников;

**0 баллов** выставляется в случае крайне небрежного оформления работы по всем основным позициям.

### **1.10 Наличие опубликованной статьи по теме диссертации**

**3 балла** выставляется в случае наличия публикации автора в РИНЦ и выступления на конференции всероссийского уровня;

**2 балла** выставляется в случае наличия публикации автора в РИНЦ;

**1 балл** выставляется в случае выступления автора на конференции любого уровня, подтвержденного программой конференции, либо публикации любого уровня;

**0 баллов** – выставляется в случае отсутствия изданных статей и выступлений на конференциях.

## **2. Оценка процедуры защиты**

### **2.1 Качество доклада (соответствие содержанию работы, полное раскрытие основных значимых положений работы)**

**4-5 баллов** выставляется за грамотно структурированный доклад, сделанный (в основном) «своими словами» с соблюдением регламента, хорошим научным языком с использованием профессиональной терминологии, который полностью соответствует содержанию работы;

**2-3 балла** выставляется за хорошо структурированный в основном прочитанный доклад, сделанный с соблюдением регламента, хорошим научным языком, который в целом соответствует содержанию работы;

**0-1 балл** выставляется в случае, когда доклад недостаточно структурирован, регламент не соблюден, прочитан по бумаге.

### **2.2 Качество и использование презентационного материала (соответствие содержанию доклада, наглядность, достаточный объем)**

**4-5 баллов** выставляется в случае достаточного объема иллюстративного материала, в случае использования мультимедийной презентации, которая полностью раскрывает авторский вклад, хорошо иллюстрирует доклад, при отсутствии в нем существенных опечаток и технических погрешностей;

**2-3 балла** выставляется в случае малого объема иллюстративного материала (2-3 страницы), которые не отражают содержания работы и личного вклада автора в ее выполнение, небрежного выполнения иллюстративного материала;

**0-1 балл** выставляется в случае отсутствия иллюстративного материала, наличия в представленном материале грубых ошибок, частичного

несоответствия иллюстративного материала содержанию работы;

### **2.3 Качество ответов на вопросы (полнота, глубина, оригинальность мышления)**

Баллы выставляются пропорционально количеству вопросов, на которые были даны ответы. Учитывая, что, как правило, на защите задается не менее 5 вопросов обучающемуся, то каждый заданный вопрос оценивается в соответствии со следующей шкалой:

**5 баллов** выставляется за развернутый, обоснованный ответ, при котором при обосновании собственной позиции делаются ссылки на мнение различных авторов по проблеме, кратко излагается зарубежный и отечественный опыт, приводятся практические примеры. При этом ответ по существу является правильным;

**4 баллов** выставляется за подробный, обоснованный ответ, при котором при обосновании собственной позиции делаются ссылки на мнение различных авторов по проблеме, кратко излагается отечественный опыт. При этом ответ по существу является правильным;

**3 баллов** выставляется за краткий ответ, который не подкреплён ссылками на отечественный опыт или мнением различных авторов, но по существу является верным;

**2 балла** выставляется за частично правильный ответ на вопрос, содержащий отдельные неточности, либо за ответ, полученный с использованием наводящих вопросов;

**1 балл** выставляется за попытку дать ответ на вопрос, но по существу неверный ответ на него, связанный с непониманием или неверной трактовкой теоретических положений или неверной интерпретацией эмпирических данных, результатов расчетов и т.п.;

**0 баллов** выставляется в случае отсутствия ответа на вопрос.

## **7. Требования к оформлению выпускной квалификационной работы**

### **Оформление текста работы**

Виды учебных работ представляют собой текстовые документы, которые могут содержать текст, таблицы, формулы, иллюстрации (рисунки, схемы, графики, диаграммы) или их сочетания.

Текст работы выполняется на одной стороне листа белой бумаги формата А4 компьютерным способом – используется текстовый редактор Word, текст оформляется шрифтом Times New Roman, размер – 14 пт, начертание нормальное, межстрочный интервал – полуторный. Форматирование – по ширине. Установка функции «переноса» обязательна.

Параметры страницы: верхнее поле – 15 мм, нижнее поле – 20 мм, левое поле – 30 мм, правое поле – 10 мм.

Параметры абзаца: первая строка (красная) – отступ 1,25 см. Для основного текста левая граница абзаца – 0, правая граница – 0. Абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту работы.

Текст основной части делят на разделы, подразделы и пункты.

Заголовки разделов: шрифт Times New Roman, размер – 16 пт, регистр: ВСЕ ПРОПИСНЫЕ, начертание – полужирное, межстрочный интервал – одинарный, интервал перед – 12 пт, интервал после – 6 пт, абзацный отступ – 0, форматирование – по центру. Заголовки подразделов: шрифт Times New Roman, размер – 14 пт, регистр: Как в предложениях, начертание – полужирное, межстрочный интервал – одинарный, интервал перед – 6 пт, интервал после – 6 пт, абзацный отступ – 0, форматирование – по центру. **Переносы слов в заголовках не допускаются.** Рекомендуется пользоваться комбинацией клавиш Shift + Caps Lock+Enter, которая осуществляет «мягкий перенос». **Точку в конце заголовка не ставят.** Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Подчеркивать заголовки не следует. При переносе части заголовка на другую строку следует учитывать логику предложения.

Каждый раздел (*но не подраздел*), а также оглавление, введение, заключение, список использованных источников и приложения следует начинать с новой страницы.

Страницы работы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту работы. **Номер страницы проставляют по центру внизу страницы.**

Титульный лист и оглавление включают в общую нумерацию страниц работы. Номер страницы на них не проставляют.

Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию страниц работы. Иллюстрации и таблицы на листе формата А3 учитывают как одну страницу.

В работе следует использовать стандартное сокращение русских слов или словосочетаний. Допускаются следующие сокращения: с. – страница; г. – год; гг. – годы; мин. – минимальный; макс. – максимальный; абс. – абсолютный; отн. – относительный, которые применяют с цифровыми значениями, а также общепринятые сокращения: т. е. – то есть; т. д. – так далее; т. п. – тому подобное; и др. – и другие; пр. – прочее; см. – смотри; номин. – номинальный; наим. – наименьший; наиб. – наибольший; св. – свыше (при цифрах), р. – рубли. Необходимо избегать разнобоя в сокращениях в тексте и в таблицах.

Фамилии, названия учреждений, организаций, фирм, название изделий и другие собственные имена в тексте работы приводят на языке оригинала.

Точка, запятая, а также двоеточие, точка с запятой, восклицательный и вопросительный знаки, знак процента, градуса, минуты, секунды не отбиваются в тексте от предшествующего слова или цифры. Знаки номера (№), параграфа (§) и слово «страница» (с.) отбиваются от идущей за ними цифры неразрывным пробелом.

В соответствии с правилами русского языка должны ставиться дефисы (-), тире (—) и соединительные тире (–). Дефис никогда не отбивается пробелами: все-таки, финансово-экономический, компакт-диск. Тире, напротив, должно отбиваться пробелами с обеих сторон: «Счастье — это когда тебя понимают». Перед тире нужно ставить неразрывный пробел, т. к. в середине предложения тире не должно переходить на следующую строку и начинать ее. Соединительное тире, или знак «минус», ставится для обозначения периода «от ... до» между цифрами без отбивки: 1990–1996 гг., 8–10 км/ч.: между словами – с отбивкой: пять – шесть минут.

Всегда отбиваются неразрывным пробелом (Ctrl+Shift+пробел) инициалы от фамилии и инициалы друг от друга.

Кавычки и скобки набираются вплотную к слову, без пробелов. При наборе необходимо использовать типографские кавычки – «елочки». Скобки ставятся точно так же, как и кавычки. Если скобка завершает предложение, точка ставится после нее. Многозначные числа должны быть разбиты на разряды: 9 876 543. Пробелы здесь только неразрывные, простые и десятичные дроби не отбивают от целой части: 0,5; 13/4, как и обозначение степени (м<sup>2</sup>). Число от размерности, напротив, отбивается неразрывным пробелом: 3 кг, 200 кВт, а также 1927 г., XIX–XX вв.

Числовые значения величин в тексте следует указывать со степенью точности, которая необходима для обеспечения требуемых свойств показателя, при этом в ряду значений осуществляется выравнивание числа знаков после запятой. Например: 1,50; 1,75; 2,00.

Римские цифры следует применять только для обозначения сорта (категории, класса и др.) изделия, кварталов года, полугодия. В остальных случаях применяют арабские цифры.

Буква «ё» при наборе не употребляется.

Принятые в работе малораспространенные сокращения, условные обозначения, символы, единицы и специфические термины должны быть представлены в виде отдельного списка. Если они повторяются в работе менее трех раз, отдельный список не составляют, а расшифровку дают непосредственно в тексте работы при первом упоминании.

***Пример.** Вся номенклатура готовой продукции (ГП) указывается в порядке убывания суммарной стоимости всех позиций номенклатуры. При этом цену единицы ГП умножают на количество их на складе.*

### Деление текста работы

Текст основной части работы делят на разделы, подразделы и пункты. Разделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста и обозначаться *арабскими цифрами*. *Пример* 1, 2, 3.

«ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «ПЕРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ, СОКРАЩЕНИЙ, СИМВОЛОВ И ТЕРМИНОВ» (при наличии) и «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ» *не нумеруются*.

Подразделы нумеруют арабскими цифрами в пределах каждого раздела. Номер подраздела состоит из номера раздела и подраздела, разделенных точкой. **Пример:** 2.3. (третий подраздел второго раздела).

Пункты нумеруют арабскими цифрами в пределах каждого подраздела. Номер пункта состоит из номеров раздела и подраздела, разделенных точкой. **Пример:** 1.2. (второй подраздел первого раздела).

Каждый пункт, подпункт и перечисления записывают с абзацного отступа.

Структурные элементы, разделы, подразделы должны иметь заголовки. Заголовки должны четко и кратко отражать содержание разделов, подразделов.

### Перечисления в тексте работы

В тексте работы часто используются перечисления (нумерованные или маркированные списки). Все такие списки должны быть оформлены в едином стиле на протяжении всего текста работы. Например:

1. Текст.
  2. Текст
  3. Текст
- или
- текст;
  - текст;
  - текст.

### Таблицы и иллюстрации

Цифровой материал оформляют, как правило, в таблицах. Таблицу размещают после первого упоминания о ней в тексте таким образом, чтобы ее можно было читать без поворота или с поворотом по часовой стрелке.

Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Таблицу следует располагать в документе непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. Заголовок таблицы должен отражать ее содержание, быть точным, кратким. Его следует помещать над таблицей. Точка в конце заголовка таблицы не ставится.

В правом верхнем углу над заголовком таблицы помещают надпись «Таблица» с указанием номера (без значка №). Таблицы следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией в пределах раздела (но не подраздела!). В этом случае номер таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделенных точкой.

Таблица 1.1

#### Заголовок таблицы

					}	Заголовки граф
						Строки
						(горизонтальные ряды)

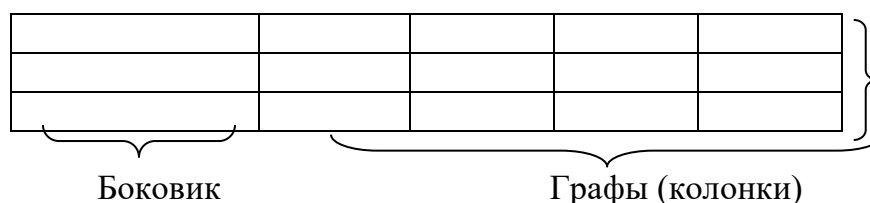


Рис. 1. Структура и вид таблицы

При переносе части таблицы на другую страницу слово «Таблица» и ее номер и заголовок указывают один раз над первой частью таблицы; над другими частями ставят слова «Продолжение табл.» и ее номер или «Окончание табл.» и ее номер.

**Пример**

*Продолжение табл. 2.3*

*Окончание табл. 3.5*

На все таблицы документа должны быть приведены ссылки в тексте, при ссылке следует писать слово «табл.» с указанием ее номера.

**Пример**

*Информация о структуре персонала приведена в табл. 2.5.*

В таблице используется шрифт основного текста, размер шрифта может быть на два-три пункта меньше, чем у основного текста. Высота строк таблицы должна быть не менее 8 мм.

Заголовки граф и строк таблицы следует писать с прописной буквы, подзаголовки граф – со строчной буквы, если они составляют одно предложение заголовка, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. В конце заголовков и подзаголовков таблиц точки не ставят.

Таблица не должна выходить за границы основного текста. Если строки или графы таблицы выходят за формат страницы, ее делят на части, которые переносят на другие листы или помещают на одном листе рядом или одну над другой.

Если в конце страницы таблица прерывается и ее продолжение будет на следующей странице, в первой части таблицы нижнюю горизонтальную линию, ограничивающую таблицу, не проводят. **При продолжении таблицы на следующих страницах головка (шапка) таблицы каждый раз полностью повторяется.**

Графу «Номер по порядку» или «№ п/п» в таблицу **не** включают. При необходимости нумерации показателей, параметров или других данных порядковые номера указывают перед их наименованиями.

Если все цифровые данные, размещенные в таблице, выражены в одной и той же единице измерения, ее обозначение помещают над таблицей. Если параметры таблицы выражены в различных единицах, то их указывают в заголовках каждой графы или сразу после каждого показателя. Когда в таблице помещены графы с параметрами, выраженными преимущественно в одной единице измерения, то ее указывают над таблицей, а сведения о других единицах дают в заголовках соответствующих граф.

Оставлять ячейку таблицы пустой не допускается. Если у составителя таблицы отсутствуют сведения, ставят многоточие или пишут «Нет свед.». Если явление не наблюдается, в ячейке таблицы ставят тире.

Если таблица заимствована из литературного источника, а не составлена самостоятельно, необходимо сделать ссылку на этот источник. Ссылка делается или в квадратных скобках после заголовка таблицы [номер источника, номер страницы], или после таблицы. Во втором случае под таблицей пишется: Источник: и дается библиографическая ссылка с указанием номера страницы. В таком случае обычно используется размер шрифта 10 пт.

### **Пример**

Источник: Песоцкая Е. В. Маркетинг услуг. СПб. : Питер, 2000. С. 36.

Все иллюстрации (схемы, графики, диаграммы, эскизы и др.) именуется рисунками. Рисунки размещаются после ссылки на них в тексте работы. Размещать их следует так, чтобы можно было рассматривать без поворота или с поворотом по часовой стрелке.

Иллюстрации могут иметь поясняющие данные (подрисуночный текст), который помещается под рисунком.

**Рисунки**, за исключением помещенных в приложениях, **нумеруют** последовательно **арабскими цифрами в пределах раздела (но не подраздела)**. Таким образом, номер рисунка должен состоять **только из двух цифр**: номер раздела и порядковый номер рисунка.

### **Пример**

Рис. 2.3 (третий рисунок второго раздела).

Если текст работы содержит один рисунок, он обозначается «Рис.» без нумерации. При ссылках на иллюстрации следует писать «... в соответствии с рис. 2.3».

На все иллюстрации обязательно должны быть ссылки в тексте. Ссылки или входят в текст как его составная часть, или помещаются в скобки.

### **Пример**

Важнейшим элементом комплекса маркетинга, представленного на рис. 8, является система «товар и товарная политика» (рис. 9).

Если иллюстрация располагалась выше, а надо вновь обратиться к рисунку, то ссылка в тексте должна выглядеть следующим образом: (см. рис. 19).

Необходимо следить за тем, чтобы подпись под иллюстрацией не дублировалась полностью в тексте.

## **Формулы**

Формулы выделяются из текста в отдельные строки. Выше и ниже формулы должно быть оставлено не менее одной свободной строки. В работах формулы выполняются в соответствующем редакторе формул, чаще всего в редакторе Microsoft Equation.

Пояснение значений символов и числовых коэффициентов в формулах следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в какой они были даны в формуле, **начиная с искомой величины**. После формулы без абзацного отступа ставится запятая, со следующей строки пишется слово «где» с маленькой буквы, а затем **без всяких знаков препинания** начинается пояснение входящих в формулу символов и числовых коэффициентов. Значение каждого символа и числового коэффициента следует давать с новой строки, отделяя их друг от друга точкой с запятой. После пояснения последнего символа ставится точка.

**Формулы**, за исключением помещенных в приложение, **должны нумероваться арабскими цифрами в пределах раздела (но не подраздела)**. Номер формулы состоит **только из двух цифр**: номера раздела и порядкового номера формулы в разделе, разделенных точкой.

#### **Примеры**

(3.2) – вторая формула третьего раздела;

Номер указывают с правой стороны листа на уровне формулы в круглых скобках.

#### **Пример**

Оптимальный размер заказа определяется по формуле Вильсона:

$$Q = \sqrt{\frac{2AS}{I}}, \quad (2.3)$$

где  $Q$  – оптимальный размер заказа, шт.;

$A$  – стоимость подачи одного заказа, р.;

$S$  – потребность в товарно-материальных ценностях за определенный период, шт.;

$I$  – затраты на содержание единицы запаса, р./шт.

**Расчет** по приведенной формуле следует начинать **со следующей** за ней **строки**. Если необходимо пояснить отдельные данные, приведенные в работе, то эти данные следует обозначать надстрочными знаками сноски.

### **Оформление ссылок**

В работе обязательно указывается библиографическая ссылка на источник, откуда заимствуется прямая цитата, материал, цифровые данные или отдельные результаты. Отсутствие в работе ссылок на использованные источники считается грубой ошибкой, поскольку показывает незнание работ по выбранной тематике. Библиографическая ссылка обеспечивает фактическую достоверность сведений о цитируемом документе, представляет необходимую информацию о нем, дает возможность разыскать документ, а также получить представление о его содержании, объеме, языке текста и т. д.

Ссылки могут быть:

- внутритекстовые;
- подстрочные;

а также:



- первичные;
- повторные.

*Внутритекстовые ссылки.* Внутритекстовые библиографические ссылки применяют в том случае, если значительная часть ссылки вошла в основной текст работы и изъять ее из текста и перенести под строку невозможно, не заменив этот текст другим.

Внутритекстовые ссылки оформляются в тексте работы в квадратных скобках. Во внутритекстовой ссылке на произведение, включенное в список использованной литературы, после упоминания о нем или после цитаты в квадратных скобках проставляют номер, под которым оно значится в библиографическом списке, и в необходимых случаях (при прямом цитировании) страницы.

**Пример**

Е. Ш. Гонтмахер [5] и В. В. Радаев [13] считают...

или

В своей книге Е. И. Холостова [21, с. 29] писала: «...».

Если ссылаются на несколько работ одного автора или на работы нескольких авторов, то в скобках указываются номера этих работ.

**Пример**

Ряд авторов [8, 11, 24] считают...

*Подстрочные ссылки.* Подстрочные ссылки располагают под текстом каждой страницы.

В работах применяется обычно постраничная нумерация подстрочных ссылок. Номера ссылок (сноски) обозначаются арабскими цифрами без скобок и без точки.

В подстрочных ссылках, как правило, применяется краткое библиографическое описание.

**Пример ссылки на статью:**

<sup>1</sup>Шарин В. Подходы к решению проблемы бедности // Человек и труд. 2003. № 12. С. 15–17.

**Пример ссылки на книгу:**

По мнению Нечкиной, «...монографии – основа больших обобщений, важных научных концепций»<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>Нечкина М. В. Монография: ее место в науке и издательских планах. М., 1965. С. 77.

*Повторные ссылки.* Одним из наиболее эффективных способов рационального сокращения объема подстрочных ссылок является упрощение повторных ссылок путем усечения и замены отдельных сведений.

Замену ссылки или части ссылки словами «Там же» применяют в тех случаях, когда на одной странице текста повторная ссылка следует за первичной ссылкой на один и тот же документ.

**Пример**

<sup>1</sup>Луков В. А. Социальное проектирование. М., 2003. С. 193.

<sup>2</sup>Там же. С. 115.

Если ссылки даются на разные статьи, опубликованные в одном издании, то вторую область описания, т.е. название издания, тоже заменяют словами «Там же».

### ***Пример***

<sup>1</sup>Зайончковская Ж. А. О трудовой миграции // Социальная сфера: проблемы и суждения. М., 2002. С. 139.

<sup>2</sup>Рывкина И. В. Теневые процессы в обществе // Там же. С. 243.

***В тексте может быть использован только один подход к оформлению ссылок: или внутритекстовый, или подстрочный. Использование двух способов оформления ссылок одновременно не допускается.***

### **Библиографическое описание использованных источников**

Существуют четыре варианта оформления использованных источников в списки: систематическое, алфавитное, хронологическое, в порядке первого упоминания. Автору работы рекомендуется принять за основу алфавитный способ группировки, при котором в начале списка необходимо выделить официально-документальные издания в хронологии их выхода в свет (Конституция, законы, указы, постановления и распоряжения органов государственной власти), а затем привести список монографий, книг, учебных пособий, журнальных и газетных статей, источников из Интернета по алфавиту фамилий авторов или заглавий, если автор не указан.

Пример оформления списка использованных источников приведен в прил. 2.

### **Оформление приложений**

Материал, дополняющий содержание работы, допускается помещать в приложениях. Приложениями могут быть, например, иллюстративный материал, таблицы большого формата, расчеты, первичные документы учреждений, описания алгоритмов и программ задач.

После слова «Приложение» следует арабская цифра, обозначающая его последовательность.

### ***Пример***

Приложение 1, Приложение 2 и т.д.

В тексте работы на все приложения должны быть даны ссылки.

### ***Пример***

Прил. 8. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте работы.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием в верхнем правом углу страницы слова «Приложение» и его номера.

Приложение должно иметь заголовок, который записывают по центру с заглавной буквы отдельной строкой.

Приложения должны иметь общую с остальной частью работы сквозную нумерацию страниц.

Все приложения (при их наличии) должны быть перечислены в оглавлении работы с указанием их номеров и заголовков.

### ***Пример***

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Опросный лист

## Пример оглавления

### ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	4
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ УДАЛЕННЫМИ СОТРУДНИКАМИ.....	6
1.1. Понятие, предпосылки возникновения и тенденции развития удаленной работы.....	6
1.2. Правовые аспекты дистанционной занятости в России.....	15
1.3. Особенности управления удаленными сотрудниками .....	24
2. УПРАВЛЕНИЕ УДАЛЕННЫМИ РАБОТНИКАМИ В ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ .....	32
2.1. Особенности фармацевтического рынка труда.....	32
2.2. Общая характеристика фармацевтической компании «Инвар».....	44
2.3. Анализ управления удаленными сотрудниками в фармацевтической компании «Инвар» .....	50
3. РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ РАБОТЫ С УДАЛЕННЫМИ СОТРУДНИКАМИ В КОМПАНИИ «ИНВАР». .	62
3.1. Работа с удаленными сотрудниками в российских и зарубежных фармацевтических компаниях: сравнительная характеристика .....	62
3.2. Предложения по совершенствованию системы отбора персонала.....	70
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	80
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	83
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Опросный лист.....	88

### Пример оформления списка использованных источников

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Об образовании в Российской Федерации [Электронный ресурс] : закон РФ от 29 дек. 2012 г. № 273-ФЗ // СПС «Консультант Плюс»
2. Алексеев А. В. Новая экономика – новое образование / А. В. Алексеев, О .В. Бауск // ЭКО. – 2006. – № 3. – С. 81–87.

3. Андреева Т. Е. Управление персоналом в период изменений в российских компаниях: методики распространенные и результативные / Т. Е. Андреева // Российский журнал менеджмента. – 2006. – № 2. – С. 25–48.
4. Арефьев А. Л. Состояние и перспективы развития науки в вузах [Электронный ресурс] / А. Л. Арефьев, Н. М. Дмитриев // Экономика. Социология. Менеджмент. Федеральный образовательный портал. – М., 2013. – Режим доступа : <http://ecsocman.hse.ru/text/16214130>.
5. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами / М. Армстронг. – СПб. : Питер, 2008. – 832 с.
6. Артамонова М. В. Реализация интеграционной политики в системе высшего профессионального образования РФ: тенденции институциональных изменений : автореф. дис. ... канд. социол. наук : 22.00.04 / М. В. Артамонова. – М. : 2008. – 22 с.
7. Бочкарева Т. Профессора ищет хедхантер [Электронный ресурс] / Т. Бочкарева / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М., 2013. – Режим доступа : <http://www.hse.ru/news/84822583.html>.
8. Вертакова Ю. В. Исследование социально-экономических и политических процессов / Ю. В. Вертакова, О. В. Согачева. – М. : Кнорус, 2012. – 336 с.
9. Вызовы для вузов [Электронный ресурс] / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М., 2010. – Режим доступа : <http://www.hse.ru/news/recent/24700447.html>.
10. Государственная программа Российской Федерации «Развитие образования» на 2013–2020 годы [Электронный ресурс] / Министерство образования и науки Российской Федерации: офиц. сайт. – М., 2013. – Режим доступа : <http://government.ru/programs/202/events/>.
11. Пул М. Управление человеческими ресурсами / М. Пул, М. Уорнер. – СПб. : Питер, 2002. – 1200 с.
12. Baldwin R. G. Contingent faculty as teachers: What we know; what we need to know / R. G. Baldwin, M. R. Wawrzynski // American Behavioral Scientist. – 2011. – Vol. 55, № 11. – P. 1485–1509.

## Приложение 1

### Форма заявления обучающегося на утверждение темы выпускной квалификационной работы и закрепление за руководителем

Заведующему кафедрой

\_\_\_\_\_

наименование кафедры

\_\_\_\_\_

степень, И.О. Фамилия заведующего

студента \_\_\_\_\_ курса

группы \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

И.О. Фамилия

## ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу утвердить тему моей магистерской диссертации:

« \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

».

Прошу закрепить руководство выполнением моей магистерской диссертации за \_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_

степень,

\_\_\_\_\_

звание,

\_\_\_\_\_

И.О. Фамилия руководителя ВКР

\_\_\_\_\_

подпись,

\_\_\_\_\_

дата,

\_\_\_\_\_

И.О.Фамилия студента

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель  
магистерской диссертации

\_\_\_\_\_

подпись,

\_\_\_\_\_

дата,

\_\_\_\_\_

И.О. Фамилия

Научный руководитель  
образовательной программы

\_\_\_\_\_

подпись,

\_\_\_\_\_

дата,

\_\_\_\_\_

И.О. Фамилия

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

подпись,

\_\_\_\_\_

дата,

\_\_\_\_\_

И.О. Фамилия



*Форма титульного листа магистерской диссертации*

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «БГУ»)

Кафедра менеджмента, маркетинга и сервиса

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент  
Направленность (профиль): Маркетинговое управление бизнесом и  
продажами

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ**

на тему: « \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_»

Заведующий кафедрой: \_\_\_\_\_  
(подпись) (степень, звание, И.О.Ф.)

Руководитель: \_\_\_\_\_  
(подпись) (степень, звание, И.О.Ф.)

Консультант: \_\_\_\_\_  
(если есть) (подпись) (степень, звание, должность, И.О.Ф.)

Нормоконтролер: \_\_\_\_\_  
(подпись) (степень, звание, И.О.Ф.)

Студент гр. \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О.Ф.)

Иркутск, 20 \_\_\_\_ г.

***Шаблон титульного листа автореферата магистерской диссертации***

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**(ФГБОУ ВО «БГУ»)**

Кафедра менеджмента, маркетинга и сервиса

*На правах рукописи*

\_\_\_\_\_  
(Фамилия Имя Отчество)

« \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_»  
тема магистерской диссертации

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент  
Направленность (профиль): Маркетинговое управление бизнесом и  
продажами

**АВТОРЕФЕРАТ**  
**диссертации**

Руководитель:

\_\_\_\_\_  
(степень, звание, Фамилия Имя Отчество)

Иркутск, 20 \_\_\_\_ г.



**Форма справки по результатам проверки выпускной квалификационной работы на объем заимствования**

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «БГУ»)

**СПРАВКА**

**о результатах проверки использования заимствованного материала  
в выпускной квалификационной работе**

Выпускная квалификационная работа обучающегося

\_\_\_\_\_  
Фамилия, Имя, Отчество

группы \_\_\_\_\_

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Маркетинговое управление бизнесом и  
продажами

на тему:

« \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_»

проверена на объем заимствования материалов по системе «Антиплагиат».

Доля оригинального текста составила \_\_\_\_\_ %,

в т.ч. цитирования \_\_\_\_\_ %.

Подпись лица, осуществляющего проверку \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
(подпись) (расшифровка подписи)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

*Примерная форма и содержание отзыва руководителя на выпускную квалификационную работу студента*

Байкальский государственный университет

**ОТЗЫВ**

**о работе обучающегося в период подготовки ВКР**

Обучающийся \_\_\_\_\_  
Фамилия Имя Отчество  
Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент  
Направленность (профиль): Маркетинговое управление бизнесом и продажами  
Тема ВКР « \_\_\_\_\_ ».

**СОДЕРЖАНИЕ ОТЗЫВА**

Руководитель должен изложить в отзыве свое мнение о работе обучающегося по следующим аспектам:

- актуальность темы выпускной квалификационной работы;
- уровень освоения компетенций в соответствии с ФГОС ВО/ФГОС ВПО;
- особенности аналитической базы;
- используемые методы анализа и прогнозирования, оригинальность поставленных задач и полученных решений, уровень исследовательской части;
- соответствие работы заданию и требованиям к оформлению;
- владение методами сбора, хранения и обработки информации, применяемыми в соответствующей сфере профессиональной деятельности;
- умение анализировать и прогнозировать состояние и динамику объектов деятельности с использованием современных методов и средств анализа и прогнозирования;
- владение применяемыми в соответствующей сфере профессиональной деятельности компьютерными средствами;
- инициативность, ответственность и самостоятельность обучающегося;
- соблюдение правил и качества оформления автореферата, иллюстративных материалов и таблиц;
- умение обучающегося работать с литературными источниками, справочниками и способность ясно и четко излагать материал;
- умение организовать свой труд и другие характеристики выпускника в соответствии с ФГОС ВО/ФГОС ВПО.

Руководитель принимает решение о возможности допуска обучающегося к защите выпускной квалификационной работы.

Руководитель отражает в отзыве решение, принятое совместно с обучающимся, о размещении ВКР в электронной библиотеке БГУ:

- о полноте ее размещения:



### ***Инструкция по предварительной проверке работы на плагиат***

Проверка проводится студентом самостоятельно в установленные для сдачи сроки. Студент самостоятельно загружает файл с письменной учебной работой в систему «Антиплагиат». Проверка производится только по базам открытого доступа (неограниченное количество раз), для выполнения проверки обучающийся должен:

- зарегистрироваться по адресу <http://www.antiplagiat.ru/Register.aspx>;
- в личном кабинете появится возможность загрузки текста работы в различных файловых форматах предпочтительным является doc;
- после прохождения проверки документу будет присвоено процентное соотношение оригинальности (видно без скачивания подробного отчета);
- если требуется доработка материала и необходимо понять источники неоригинального текста можно открыть отчет непосредственно в интерфейсе или же скачать и установить программу для работы в offline-режиме <https://www.antiplagiat.ru/Page/Antiplagiat-report-viewer> ;
- после правок работу можно проверить повторно;
- в случае возникновения вопросов необходимо обратиться в справочную систему <http://www.antiplagiat.ru/Cabinet/Help.aspx>.

Для окончательной проверки ВКР, студентом предоставляется на выпускающую кафедру распечатанная со страницы системы «Антиплагиат» стандартная регистрационная форма, содержащая ФИО студента, присвоенный системой регистрационный номер, дату отправки.

**Внимание:** данная проверка является предварительной

При прохождении окончательной проверки в случае заимствования материала из уже проходивших проверку работ процент будет снижен!!!

Окончательная проверка на плагиат проводится по базам открытого доступа, кроме того, дополнительно подключаются базы БГУ и других ВУЗов (в соответствии с разделом 3 регламента) (разрешены три попытки).

**СОГЛАСИЕ**

на размещение текста выпускной квалификационной работы, обучающегося в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Байкальский государственный университет»

Я, \_\_\_\_\_  
(фамилия, имя, отчество)

студент(ка) \_\_\_\_\_ группы \_\_\_\_\_  
(институт/факультет) (группа)

федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Байкальский государственный университет» (далее – ФГБОУ ВО «БГУ»), даю согласие безвозмездно воспроизводить и размещать (доводить до всеобщего сведения) в сети интернет на корпоративном портале (сайте) ФГБОУ ВО «БГУ», расположенном по адресу [www.bgu.ru](http://www.bgu.ru) в электронно-библиотечной системе ([www.lib-catalog.isea.ru](http://www.lib-catalog.isea.ru)) написанную мною в рамках освоения основной профессиональной образовательной программы Маркетинговое управление бизнесом и продажами по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент выпускную квалификационную работу

в полном объеме;

по частям, выпускная квалификационная работа будет представлена для размещения без содержания сведений, составляющих государственную тайну, а также сведений, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность и могут нанести вред предприятию, на базе которого выполнялась выпускная работа, если станут известны третьим лицам.

Я подтверждаю, что выпускная квалификационная работа написана мною лично, в соответствии с правилами академической этики и не нарушает авторских прав иных лиц.

\_\_\_\_\_  
(дата)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

**СОГЛАСОВАНО**

Руководитель \_\_\_\_\_  
подпись \_\_\_\_\_ ученая степень, звание или должность, И.О. Фамилия

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.



*Пример справки о внедрении*

**СПРАВКА О ВНЕДРЕНИИ**

Справка дана Ивановой Людмиле Валерьевне и подтверждает применение в работе Управления ПФ РФ в Куйбышевском районе, в частности в клиентской службе при отделе назначения, перерасчета пенсий и социальных выплат г. Иркутска результатов магистерской диссертации по теме: «Исследование степени влияния пенсионного обеспечения на социальную защищенность пожилых граждан».

В целях отслеживания появления проблем различного характера у пожилых граждан и для быстрого их разрешения в работе к практическому применению принята методика проведения исследования среди пожилых граждан (пенсионеров) — клиентов Пенсионного Фонда: описание программы проведения исследования и разработанная автором анкета социологического опроса.

Начальник отдела назначения,  
перерасчета пенсий и социальных выплат

М. В. Петрова  
(подпись, м.п.)