

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

**Экономический факультет**

---

(наименование основного учебного подразделения (ОУП) – разработчика ОП ВО)

**ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**Рекомендована МСН для направления подготовки/специальности:**

**38.03.02 «Менеджмент»**

---

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Государственная итоговая аттестация проводится в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

**Маркетинг**

---

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

## 1. ЦЕЛЬ ПРОВЕДЕНИЯ И ЗАДАЧИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ (ГИА)

Целью проведения ГИА в рамках реализации ОП ВО «Маркетинг» является определение соответствия результатов освоения обучающимися ОП ВО соответствующим требованиям ФГОС ВО или ОС ВО РУДН.

Задачами государственной итоговой аттестации являются:

- проверка качества обучения личности основным гуманитарным знаниям, естественнонаучным законам и явлениям, необходимым в профессиональной деятельности;
- определение уровня теоретической и практической подготовленности выпускника к выполнению профессиональных задач в соответствии с получаемой квалификацией;
- установление степени стремления личности к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства;
- проверка сформированности у выпускника устойчивой мотивации к профессиональной деятельности в соответствии с предусмотренными ОС ВО РУДН/ФГОС ВО типами задач профессиональной деятельности;
- оценка уровня способности выпускников находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовности нести за них ответственность;
- обеспечение интеграции образования и научно-технической деятельности, повышение эффективности использования научно-технических достижений, реформирование научной сферы и стимулирование инновационной деятельности;
- обеспечение качества подготовки специалистов в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН/ФГОС ВО.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОП ВО

К ГИА допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план ОП ВО.

По окончании освоения ОП ВО выпускник должен обладать следующими **универсальными компетенциями (УК)**:

Код и наименование УК
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-4 Способен к коммуникации в межличностном и межкультурном взаимодействии на русском как иностранном и иностранном(ых) языке(ах) на основе владения взаимосвязанными и взаимозависимыми видами репродуктивной и продуктивной иноязычной речевой деятельности, такими как аудирование, говорение, чтение, письмо и перевод в повседневной, социокультурной, учебно-профессиональной, официально-деловой и научной сферах общения
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-

<b>Код и наименование УК</b>
историческом, этическом и философском контекстах
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-9 Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах
УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-11 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению
УК-12 Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных

**- общепрофессиональными компетенциями (ОПК):**

<b>Код и наименование ОПК</b>
ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории
ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем
ОПК-3 Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия
ОПК-4 Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
ОПК-5 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

**- профессиональными компетенциями (ПКО):**

<b>Код и наименование ПКО</b>
ПКО-1 Способность к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
ПКО-2 Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга
ПКО-3 Способность управлять маркетинговой деятельностью организации

### **3. СОСТАВ ГИА**

ГИА может проводиться как в очном формате (обучающиеся и государственная экзаменационная комиссия во время проведения ГИА находятся в РУДН), так и с

использованием дистанционных образовательных технологий (ДОТ), доступных в Электронной информационно-образовательной среде РУДН (ЭИОС).

Порядок проведения ГИА в очном формате или с использованием (ДОТ) регламентируется соответствующим локальным нормативным актом РУДН.

ГИА по ОП ВО «Маркетинг» включает в себя:

- государственный экзамен (ГЭ);
- защиту выпускной квалификационной работы (ВКР).

#### 4. ПРОГРАММА ГЭ

Государственный экзамен проводится по одной или нескольким дисциплинам и (модулям) ОП ВО, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников.

Объем ГЭ по ОП ВО составляет 3 зачетные единицы.

Государственный экзамен проводится в два этапа:

**Первый этап** – оценка уровня теоретической подготовки выпускника в форме **компьютерного тестирования** с использованием средств, доступных в Электронной информационно-образовательной среде РУДН (ЭИОС);

**Второй этап** – оценка практической подготовки выпускника к будущей профессиональной деятельности в форме **решения производственных ситуационных задач (кейсов)**.

Для подготовки обучающихся к сдаче ГЭ руководитель ОП ВО (не позднее чем за один календарный месяц до начала ГИА) обязан ознакомить обучающихся выпускного курса с настоящей программой ГИА, исчерпывающим перечнем теоретических вопросов, включаемых в ГЭ, примерами производственных ситуационных задач (кейсов), которые необходимо будет решить в процессе прохождения аттестационного испытания, а также с порядком проведения каждого из этапов ГЭ и методикой оценивания его результатов (с оценочными материалами).

Перед ГЭ проводится обязательное консультирование обучающихся по вопросам и задачам, включенным в программу ГЭ (предэкзаменационная консультация).

Порядок проведения компьютерного тестирования в рамках ГИА следующий:

1. Руководитель профиля/магистерской программы формирует в ТУИС раздел, посвященный ГИА и подключает к нему в качестве пользователей группы студентов-выпускников.

2. Ответственное лицо от кафедры не позднее чем за 5 дней до проведения пробного тестирования в разделе ГИА в ТУИС по каждой образовательной программе формирует базу тестовых вопросов.

База включает две категории вопросов:

- Свыше 200 вопросов закрытого типа (выбор одного или нескольких правильных ответов)
- вопросы открытого типа в произвольном количестве (предполагает развернутый ответ в форме кейса, решения практической задачи и т.д.)

3. На основе базы вопросов в ТУИС формируется два теста

- Пробный тест
- Основной тест ГИА

4. Формирование пробного теста

3.1. Пробный тест как правило включает в себя случайную выборку в объеме, позволяющем полноценно ознакомиться с содержанием теста.

3.2. Оценка результатов производится по количеству набранных баллов. Один правильный ответ- 1 балл.

3.3. Время прохождения пробного теста – 2 часа (120 минут)

3.4. Время начала тестирования определяется графиком проведения ГИА по профилю подготовки

4. Формирование основного теста ГИА

4.1. Основной тест состоит из двух элементов:

- Тест (первая часть) из 50 вопросов закрытого типа, которые случайным образом выбираются из базы вопросов.

- Тест (вторая часть) в форме одного открытого вопроса (кейса, практического задания), случайно выбранного из базы или заранее predetermined (единственный вопрос).

4.2. Время прохождения основного теста по закрытым вопросам – 1 час 30 минут+ 15 минут на подключение к тесту (технические моменты). Время прохождения основного теста по открытому вопросу - 40 минут.

4.3. Время начала тестирования определяется графиком проведения ГИА по профилю подготовки/магистерской программе.

4.4. Оценка результатов производится по количеству набранных баллов. Один правильный ответ на вопросы закрытого типа - 1 балл, вопрос открытого типа - 50 баллов. Таким образом, максимальный балл основного теста ГИА составляет 100 баллов.

4.5. Настройки параметров основного теста ГИА (первая часть) в ТУИС осуществляется аналогично тесту пробного тестирования. Время завершения теста= время начала + время теста (1 час 30 мин) + 15 мин резерва

4.6. После выполнения первой части основного теста ГИА студент выполняет вторую часть. Для этого он получает задания в форме одного кейса (открытого вопроса).

Порядок проведения второго этапа ГЭ следующий:

5. Ответы экзаменующихся на вторую часть теста рассылает членам ГЭК и председателю ГЭК секретарь комиссии по корпоративной электронной почте (для внешних членов ГЭК – по указанным ими электронным адресам) в течение 30-40 минут с периода снятия результатов с системы ТУИС.

6. Члены ГЭК осуществляют проверку ответов студентов и в табличном виде, по списку формируемому секретарем ГЭК в соответствии с ведомостью, фиксируют результаты оценки ответов в соответствии с 50-балльной шкалой, после чего отсылают результаты оценивания секретарю ГЭК по почте. В течение 1 часа 30 минут. Секретарь ГЭК обрабатывает все результаты оценивания членами и председателем ГЭК второй части адаптированного теста, выводит среднее арифметическое значение по каждому экзаменуемому. Полученная оценка вносится в ТУИС в качестве оценки по кейсу/практическому заданию.

7. Итоговые результаты тестирования по первой и второй части экспортируются из раздела оценок ТУИС в формате таблицы Excel. Сводная ведомость предоставляется секретарем комиссии каждому члену ГЭК и председателю ГЭК, который подтверждают достоверность и корректность полученных результатов не позднее, чем через 3 часа после окончания тестирования.

8. Не менее чем за 3 дня до основного тестирования руководитель профиля или другое ответственное лицо создаёт в Teams команду, включающую студентов тестируемой группы и членов ГЭК, а так же назначает собрание за 15 минут до начала тестирования.. На собрании перед тестированием ответственное лицо от кафедры разъясняет студентам порядок тестирования, базовые требования, отвечает на вопросы. Ответственное лицо должно присутствовать на собрании весь период тестирования и обеспечивать оперативное решение возможных проблем.

9. Через три часа после завершения теста назначается второе собрание в Teams, на котором объявляются итоговые результаты тестирования.

Вторую часть теста (открытый вопрос) можно в ТУИС не вводить, а делать рассылку студентам по корпоративной почте (рассылку делает секретарь ГЭК). Давать время на выполнение данного задания в пределах 40 минут + 10 минут скидку на технические проблемы. Затем секретарь ГЭК собирает ответы студентов и рассылает их на почту членам ГЭК для проверки. Коллективную проверку работ можно организовать и через teams. Секретарь ГЭК может туда поочередно подгружать работы студентов, а члены комиссии сообща оценивать каждую работу в режиме онлайн.

Оценивание результатов сдачи ГЭ проводится в соответствии с методикой, изложенной в оценочных материалах, представленных в Приложении к настоящей программе ГИА.

## **5. ТРЕБОВАНИЯ К ВКР И ПОРЯДОК ЕЁ ЗАЩИТЫ**

ВКР представляет собой выполненную обучающимся (несколькими обучающимися совместно) работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

Перечень тем выпускных квалификационных работ, предлагаемых обучающимся к выполнению, утверждается распоряжением руководителя ОУП, реализующего ОП ВО, и доводится руководителем программы до сведения обучающихся выпускного курса не позднее чем за 6 месяцев до даты начала ГИА.

Допускается подготовка и защита ВКР по теме, предложенной обучающимся (обучающимися), в установленном порядке.

К защите ВКР допускается обучающийся, сдавший ГЭ

К защите допускается только полностью законченная ВКР, подписанная выпускником (выпускниками), её выполнившим, руководителем, консультантом (при наличии), руководителем выпускающего БУП и ОУП, прошедшая процедуру внешнего рецензирования (для магистратуры и специалитета обязательно) и проверку на объём заимствований (в системе «Антиплагиат»). К ВКР, допущенной до защиты, в обязательном порядке прикладывается отзыв руководителя о работе выпускника при подготовке ВКР.

С целью выявления и своевременного устранения недостатков в структуре, содержании и оформлении ВКР, не позднее чем за 14 дней до даты её защиты, проводится репетиция защиты обучающимися своей работы (предзащита) в присутствии руководителя ВКР и других преподавателей выпускающего БУП.

Защита ВКР проводится на открытом заседании государственной экзаменационной комиссии (ГЭК).

Аттестационное испытание проводится в виде устного доклада обучающихся с обязательной мультимедийной (графической) презентацией, отражающей основное содержание ВКР.

По завершению доклада защищающиеся дают устные ответы на вопросы, возникшие у членов ГЭК по тематике, структуре, содержанию или оформлению ВКР и профилю ОП ВО. Доклад и/или ответы на вопросы членов ГЭК могут быть на иностранном языке.

Этапы выполнения ВКР, требования к структуре, объему, содержанию и оформлению, а также перечень обязательных и рекомендуемых документов, представляемых к защите указаны в соответствующих методических указаниях.

Оценивание результатов защиты ВКР проводится в соответствии с методикой, изложенной в оценочных материалах, представленных в Приложении к настоящей программе ГИА.

## **6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОВЕДЕНИЯ ГИА**

Указывается материально-техническое обеспечение, необходимое для проведения ГИА:

1. Стационарный компьютер или ноутбук;
2. Операционная система Windows (версии 7, 8, 8.1, 10) или Mac OS X Yosemite 10.10 и выше;
3. Интернет-браузер Google Chrome последней на момент сдачи экзамена версии;
4. Наличие исправной и включенной веб-камеры (включая встроенные в ноутбуки);
5. Наличие исправного и включенного микрофона (включая встроенные в ноутбуки);
6. Наличие постоянного интернет-соединения со скоростью передачи данных от пользователя не ниже 1 Мбит/сек.

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ГИА**

*Основная литература для подготовки к ГЭ и/или выполнению и защите ВКР:*

1. Аакер о **брендинге**. 20 принципов достижения успеха [Текст] / Д. Аакер. - М. : Эксмо, 2016. - 256 с. : ил. - (Top Business Awards). - ISBN 978-5-699-77334-3 : 600.00.
2. Астахова, Н. И. Теория управления: учебник для вузов / Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин ; под общей редакцией Н. И. Астаховой, Г. И. Москвитина. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 375 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-6671-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450080>
3. Боргард Е., Крайнева Р., Козлова Н., Пипко Е., Рожков И., Стыцок Р., Толмачева О. В., Фирсова И., Фирсов Ю., Карпова С. Основы маркетинга. Под ред. Карповой С.В. [Текст] – М.: Юрайт, 2016 – 408с.
4. Борискова Л.А., Глебова О.В., Гусева И.Б. Управление разработкой и внедрением нового продукта [Текст] — М. : Издательство Инфра-М, 2016. — 272 с.
5. Брендинг [Текст] : Учебник для бакалавриата и магистратуры / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - М. : Юрайт, 2016., 2019 - 504 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-2979-9 : 929.00.
6. Буданцев Ю.П. Массовые коммуникации: основы системной коммуникологии [Электронный ресурс] / Сост. В.Л. Музыкант, Е.Ю. Бурдовская; предисл. В.В. Барабаша, В.Л.

Музыканта. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2017. - 343 с. : ил. - ISBN 978-5-209-08416-7. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6671>

7. Ворошилов Валентин Васильевич.  
Теория и практика массовой информации [Текст/электронный ресурс] : Учебник / В.В. Ворошилов. - 2-е изд., перераб. и доп. ; Электронные текстовые данные. - М. : КНОРУС, 2017. - 464 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-406-05842-8 : <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6268>

8. Гаврилов Л. П. Электронная коммерция : Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л.П. Гаврилов. - М.: Юрайт, 2017. - 363 с. : ил. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-01174-6 : 859.00.

9. Голова, А.Г. Маркетинг продаж [Электронный ресурс] : учебник / А.Г. Голова. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 280 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93527>

10. Голубков Е.П. Маркетинг для профессионалов. Практический курс. Учебник и практикум [Текст]. – М.: Юрайт, 2017 – 480с.

11. Голубков, Е. П. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / Е. П. Голубков. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 290 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03369-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450496>

12. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 363 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblioonline.ru/bcode/432170> (дата обращения: 24.04.2019).

13. Джоббер, Д. Продажи и маркетинг продаж=SELLING & SALES MANAGEMENT : учебное пособие / Д. Джоббер, Д. Ланкастер ; пер. В.Н. Егоров. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 622 с. : табл., граф., схемы - ISBN 5-238-00465-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114548>

14. Ефремов Виктор Степанович. Стратегический менеджмент [Текст/электронный ресурс]: Программа курса / В.С. Ефремов. - Электронные текстовые данные. - М.: Изд-во РУДН, 2017. - 16 с. - ISBN 978-5-209-07905-7: 28.89. (55 штук) [http://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Rudn\\_FindDoc&id=460075&idb=0](http://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Rudn_FindDoc&id=460075&idb=0)

15. Завгородняя Анна Васильевна.  
Маркетинговое планирование [Текст] : Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / А.В. Завгородняя, Д.О. Ямпольская. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2018. - 340 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-06590-9 : 809.00.

16. Зуб, А. Т. Управление проектами: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Т. Зуб. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 422 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01505-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452585>

17. Ковалев Валерий Викторович. Финансовый менеджмент: теория и практика [Текст/электронный ресурс] / В.В. Ковалев. - 3-е изд., перераб. и доп.; Электронные текстовые данные. - М.: Проспект, 2019. - 1104 с. - ISBN 978-5-392-29599-9 : 1200.00. (50 штук) [http://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Rudn\\_FindDoc&id=476251&idb=0](http://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Rudn_FindDoc&id=476251&idb=0)

18. Корпоративная социальная ответственность: учебник и практикум для вузов / Э. М. Коротков [и др.]; под редакцией Э. М. Короткова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 429 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07332-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450048>

19. Корпоративная социальная ответственность [Текст] : Учебник и практикум для академического бакалавриата / В.Я. Горфинкель [и др.]; Под общ. ред. В.Я. Горфинкеля, Н.В. Родионовой. - М.: Юрайт, 2019. - 570 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-4010-7: 1039.00.(35 штук) <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web/SearchResult/ToPage/1>



20. Кузнецов, Ю. В. Теория организации: учебник и практикум для вузов / Ю. В. Кузнецов, Е. В. Мелякова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02949-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449876>
21. Леманн Д., Винер Р. Управление продуктом. Учебник для студентов вузов. Пер. с англ. — 4-е издание [Текст] — М.: Юнити-Дана, 2015. — 719 с.
22. Литвак, Б. Г. Стратегический менеджмент: учебник для бакалавров / Б. Г. Литвак. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 507 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2929-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425854>
23. Лукич, Р. Маркетинг продаж / Р. Лукич. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 211 с. : ил., табл. - ISBN 978-5-9614-2243-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279013>
24. Макроэкономика: учебник для вузов / под общей редакцией В. Ф. Максимовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 171 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9802-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453038>
25. Манн Игорь. Маркетинг без бюджета. 50 работающих инструментов / И. Манн. - 8-е изд. - М. : Манн, Иванов и Фербер, 2017. - 283 с. : ил. - ISBN 978-5-00100-454-7 : 1705.00.
26. Статистика: Учебник для академического бакалавриата / И.И. Елисеева [и др.]; Под ред. И.И.Елисеевой. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2019. - 572 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-10130-0 : 1299.00.
27. Маркетинг продаж [Электронный ресурс] : Учебно-практическое пособие для бакалавров / И.Н. Кузнецов. - 3-е изд. - М. : Дашков и К, 2016. - 492 с. - ISBN 978-5-394-02640-9. [http://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Rudn\\_FindDoc&id=475573&idb=0](http://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Rudn_FindDoc&id=475573&idb=0)
28. Маркетинг-менеджмент [Текст] : Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И.В. Липсиц [и др.]; Под ред. И.В. Липсица, О.К. Ойнер. - М. : Юрайт, 2018. - 379 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-01165-4 :
29. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : Учебно- методическое пособие для студентов III курса, обучающихся по специальности 080200 "Менеджмент" / Сост. А.М. Чернышева. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2014. - 60 с. - ISBN 978-5-209-05289-0. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3921>
30. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ [Текст] : Учебник и практикум для академического бакалавриата. Часть 2 / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - М. : Юрайт, 2019. - 219 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-8568-9. - ISBN 978-5-9916-8567-2 : 599.00.
31. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ [Текст] : Учебник и практикум для академического бакалавриата. Часть 1 / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - М. : Юрайт, 2019. - 244 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-8566-5. - ISBN 978-5-9916-8567-2 : 609.00.
32. Медведева, Т. А. Основы теории управления: учебник и практикум для вузов / Т. А. Медведева. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 191 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7025-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451400>
33. Меликян О.М. Поведение потребителей [Текст] : Учебное пособие / О.М. Меликян. - М. : Дашков и К, 2006. - 260 с. : ил. - ISBN 5-94798-819-4 :
34. Микроэкономика: учебник и практикум для вузов / Г. А. Родина [и др.] ; под редакцией Г. А. Родиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 330 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07343-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449985>
35. Мкртычян, Г. А. Организационное поведение: учебник и практикум для вузов / Г. А. Мкртычян. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 237 с. — (Высшее образование). —

ISBN 978-5-9916-8789-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451289>

36. Музыкант Валерий Леонидович.  
Брендинг: Управление брендом [Текст/электронный ресурс] : Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - Электронные текстовые данные. - М. : РИОР : ИНФРА-М, 2014, 2017. - 316 с. - (Высшее образование. Бакалавриат. Азбука рекламы). - ISBN 978-5-369-01236-9 (РИОР) : 494.90. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/5879>

37. Музыкант Валерий Леонидович.  
Интегрированные маркетинговые коммуникации [Текст/электронный ресурс] : Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - Электронные текстовые данные. - М. : РИОР : ИНФРА-М, 2013, 2015, 2017. - 216 с. : ил. - (Высшее образование. Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-01121-8. - ISBN 978-5-16-006303-4 <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/5880>

38. Норка, Д.И. Экспертные продажи: новые методы убеждения покупателей / Д.И. Норка ; ред. А. Петров. - Москва : Альпина Паблишер, 2018. - 334 с. - ISBN 978-5-9614-6616-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495618>

39. Организационное поведение: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. Р. Латфуллин [и др.]; под редакцией Г. Р. Латфуллина, О. Н. Громовой, А. В. Райченко. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 301 с. — (Бакалавр и магистр. Модуль). — ISBN 978-5-534-01314-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/433606>

40. Погодина, Т. В. Финансовый менеджмент: учебник и практикум для вузов / Т. В. Погодина. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03375-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450535>

41. Позиционирование: битва за умы : Пер. с англ. / Д. Траут, Э. Райс. - Новое изд. - СПб. : Питер, 2018. - 313 с. : ил. - (Деловой бестселлер). - ISBN 978-5-469-02960-5 : 974.00.

42. Промышленный (B2B) маркетинг [Текст] : Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - М. : Юрайт, 2018. - 433 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-00628-5 : 1009.00. Минетт С. Маркетинг B2B и промышленный брендинг. – М.: Издательство «Вильямс», 2016. – 208с.

43. Ромат Евгений Викторович. Маркетинговые коммуникации [Текст] : Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / Е.В. Ромат, Д.В. Сендеров. - СПб. : Питер, 2018. - 496 с. - (Учебник для вузов). - ISBN 978-5-4461-0497-0.

44. Русецкая, О. В. Теория организации: учебник для вузов / О. В. Русецкая, Л. А. Трофимова, Е. В. Песоцкая. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8402-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449765> .

45. Синяева И.М. Маркетинг в коммерции [Электронный ресурс] : Учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев; Под ред. Л.П. Дашкова. - 4-е изд. ; Электронные текстовые данные. - М. : ИК "Дашков и К°", 2014. - 548 с.

46. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 495 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02621-4. <https://biblionline.ru/viewer/43F94F6D-751E-4C5A-83FB-2DC15CD1AAFE/marketing#page/1>

47. Теория организации: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. Р. Латфуллин [и др.]; под редакцией Г. Р. Латфуллина, О. Н. Громовой, А. В. Райченко. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 156 с. — (Бакалавр и магистр. Модуль). — ISBN 978-5-534-01187-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/433605>

48. Титов, В. Н. Теория и история менеджмента: учебник и практикум для вузов / В. Н. Титов, Г. Н. Суханова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 487 с. — (Высшее

образование). — ISBN 978-5-534-05725-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469977>

49. Управление проектами [Электронный ресурс]: Учебное пособие для бакалавров экономического факультета, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» / Авт.-сост. Т.Н. Якубова. - Электронные текстовые данные. - М.: Изд-во РУДН, 2018. - 64 с.: ил. - ISBN 978-5-209-08363-4. [http://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Rudn\\_FindDoc&id=470372&idb=0](http://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Rudn_FindDoc&id=470372&idb=0)

50. Управление проектами: учебник и практикум для вузов / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общей редакцией Е. М. Роговой. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00436-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449791>

51. Управление человеческими ресурсами: учебник для вузов / И. А. Максимцев [и др.]; под редакцией И. А. Максимцева, Н. А. Горелова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 467 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-99951-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449957>

52. Управление человеческими ресурсами: учебник и практикум для вузов / О. А. Лапшова [и др.]; под общей редакцией О. А. Лапшовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 406 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8761-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450458>

53. Управленческая экономика [Текст/электронный ресурс]: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е.В. Пономаренко [и др.]; Под общ. ред. Е.В.Пономаренко, В.А.Исаева. - Электронные текстовые данные. - М. : Юрайт, 2016. - 216 с. : ил. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-5129-5 <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/5418>

54. Фадеева Елена Николаевна. Связи с общественностью [Текст]: Учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.Н. Фадеева, А.В. Сафронов, М.А. Красильникова. - М. : Юрайт, 2017. - 263 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-00227-0

55. Финансовый менеджмент: учебник для академического бакалавриата / Г. Б. Поляк [и др.]; ответственный редактор Г. Б. Поляк. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 456 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-9916-4395-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/444149>

56. Чернышева А.М., Якубова Т.Н. Управление продуктом: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Текст] / под общ. ред. А. Л. Лбаева, В.А. Алексуняна, — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 373 с.

57. Чернышева Анна Михайловна. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ. Учебник и практикум для академического бакалавриата. Часть 1 и 2 / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - М. : Юрайт, 2018. - 219 с. - (Бакалавр. Академический курс).

58. Чернышева Анна Михайловна. Промышленный (B2B) маркетинг [Текст]: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - М. : Юрайт, 2018. - 433 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-00628-5 : 1009.00. Ссылка доступна через личный кабинет студента на сайте Научного библиотечного центра <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web/SearchResult/ToPage/1>

59. Экономика. Базовый курс [Текст/электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов неэкономических специальностей / Под ред. В.А.Исаева, А.В.Савинского. - 2-е изд. ; Электронные текстовые данные. - М.: Изд-во РУДН, 2017. - 304 с. : ил. - ISBN 978-5-209-07421-2: 104.70. (309 штук) [http://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Rudn\\_FindDoc&id=457055&idb=0](http://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Rudn_FindDoc&id=457055&idb=0)

60. Ямпольская Д. О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения [Текст]: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Д.О. Ямпольская, А.И. Пилипенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2018. - 268 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-06305-9 : 659.00.

*Дополнительная литература для подготовки к ГЭ и/или выполнению и защите ВКР:*

1. Афонин П.Н. Статистический анализ с применением современных программных средств: Учебное пособие / П.Н. Афонин, Д.Н. Афонин. - СПб. : ИЦ "Интермедия", 2015. - 98 с. - ISBN 978-4383-0080-9 : 913.00.
2. Беленов О.Н., Практикум по международному маркетингу [Электронный ресурс] / О.Н. Беленов - М. : ФЛИНТА, 2017. - 222 с. (Серия "Экономика и управление") - ISBN 978-5-9765-0107-2 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976501072.html>
3. Брендинг инновационных кластеров: международный опыт и российская специфика [Текст/электронный ресурс] : Монография / Под ред. А.М. Зобова, Д.А. Дегтерева, А.М. Чернышевой. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2016. - 366 с. - ISBN 978-5-209-07168-6 : 480.94. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6078>
4. Денис Визгалов: Пусть города живут [Текст] / Сост. Губергриц М., Замятина Н., Ледовский М. - Мытищи : Сектор, 2015. - 272 с. : ил. - ISBN 978-5-9905530-4-0 : 5 000.00
5. Дивин, И.Ю. Как удвоить прибыль своей компании: корпоративные продажи / И.Ю. Дивин. - Москва : Владос, 2017. - 193 с. : табл. - (Экономика и предпринимательство). - ISBN 978-5-906992-85-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=486087>
6. Диденко Николай Иванович. Международный маркетинг. Основы теории [Текст] : Учебник для бакалавриата и магистратуры / Диденко Н. И., Скрипнюк Д. Ф. - М. : Юрайт, 2019. - 153 с. - ISBN: 978-5-9916-9799-6..
7. Евстафьев В.А. Организация и практика работы рекламного агентства [Электронный ресурс]: Учебник для бакалавров / В.А. Евстафьев, А.В. Молин. - М. : Дашков и К, 2016. - 512 с. - ISBN 978-5-394-02549-5
8. Котлер Филипп. Маркетинг менеджмент] / Ф. Котлер, К.Л. Келлер; Пер. с англ. В.Кузина. - 14-е изд. - СПб. : Питер, 2015. - 800 с. : ил. - (Классический зарубежный учебник). - ISBN 978-5-496-00177-9 : 1473.00.
9. Лукич, Р. Техника продаж крупным клиентам: 111 вопросов и ответов / Р. Лукич, Е. Колотилов. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 265 с. - ISBN 978-5-9614-1965-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279615>
10. Манн, И.Б. Прибавить оборотов! 47 маркетинговых способов увеличить продажи — системно, быстро и без бюджета / И.Б. Манн, А.Ю. Турусина. - Москва : СилаУма-Паблишер, 2015. - 203 с. : табл. - ISBN 978-5-906084-07-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430518>
11. Маркетинг-менеджмент [Текст] : Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И.В. Липсиц [и др.]; Под ред. И.В. Липсица, О.К. Ойнер. - М. : Юрайт, 2018. - 379 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-01165-4 : 889.00.
12. Маркетинговое сопровождение промышленных товаров российского происхождения на рынки стран Азии, Африки и Латинской Америки [Текст/электронный ресурс] : Сборник научных трудов / Под ред. А.М.Зобова, Е.А.Дегтерева, А.М.Чернышевой. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2016. - 360 с. : ил. - ISBN 978-5-209-07169-3 : 442.34. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6085><http://lib.rudn.ru>.
13. Международный маркетинг : Учебное пособие / Под ред. А.М.Зобова. - М. : Изд-во РУДН, 2011. - 279 с. : ил. - ISBN 978-5-209-03584-8 : 180.00.
14. Международный маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Текст] / под общ. ред. И. В. Воробьевой, К.Пецольт, С.Ф. Сутырина. — М. :Издательство Юрайт, 2016. — 398 с.

15. Международный маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Текст] / под общ. ред. А. Л. Лбаева, В.А. Алексуняна, — М. :Издательство Юрайт, 2016. — 362 с.

16. Музыкант Валерий Леонидович. Основы интегрированных коммуникаций. Теория и современные практики [Текст] = Principles of Integrated Communications Theory and Modern Practice : Учебник и практикум для академического бакалавриата. Часть 1 : Стратегии, эффективный брендинг / В.Л. Музыкант. - м. : Юрайт, 2019. - 342 с. : ил. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-53409874-7. - ISBN 978-5-534-09873-0 : 839.00.

17. Пилипенко А.И. Конъюнктура товарных рынков: Анализ и прогнозирование в MS Excel. Учебное пособие для бакалавров – М.: РУДН, 2018.

18. Птуха, К. Эмоциональные продажи: как увеличить продажи втрое / К. Птуха, В. Гусарова. - 2-е изд. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 187 с. : ил., табл. - ISBN 978-5-9614-4344-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279045>

19. Раст Р., Стратегический маркетинг [Электронный ресурс] / Раст Р., Мурман К., Бхалла Г.; Пер. с англ. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 224 с. (Серия "Harvard Business Review: 10 лучших статей") - ISBN 978-5-9614-5894-7 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961458947.html>

20. Современный менеджмент [Текст/электронный ресурс] : Учебник / В.В. Кафидов, Н.Ю. Сопилко. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2018. - 380 с. : ил. - ISBN 978-5-209-08620-8 : 258.27.

21. Тургунов, М. Партизанские продажи: как увести клиента у конкурентов / М. Тургунов. - 2-е изд. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 192 с. : ил. - ISBN 978-5-9614-5056-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279722>

22. Управление продуктовой политикой [Текст] : Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - М. : Юрайт, 2018. - 187 с. - (Бакалавр и магистр. Модуль). - ISBN 978-5-534-01142-5 : 489.00.

23. Управление продуктом [Текст] : Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - М. : Юрайт, 2018. - 373 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-01486-0 : 879.00.

24. Чернышева А.М. Бенчмаркинг [Текст/электронный ресурс] : Учебно-методическое пособие / А.М. Чернышева. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2019. - 52 с. : ил. - ISBN 978-5-209-09164-6 : 50.67.

#### *Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>  
- поисковая система Google <https://www.google.ru/>  
- реферативная база данных SCOPUS  
<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к сдаче ГЭ и/или выполнении ВКР и подготовке работы к защите \*:*

1. Методические указания по выполнению и оформлению ВКР по ОП ВО «Маркетинг».
2. Порядок проверки ВКР на объём заимствований в системе «Антиплагиат».
3. Порядок проведения ГИА по ОП ВО «Маркетинг» с использованием ДОТ, в т.ч. процедура идентификации личности выпускника.

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице ГИА **в ТУИС!**

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ У ВЫПУСКНИКОВ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций по итогам освоения дисциплины ОП ВО «Маркетинг» представлены в Приложении к настоящей программе ГИА.

\* - Ом и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН (положения/порядка).

### **РУКОВОДИТЕЛЬ ВЫПУСКАЮЩЕГО БУП:**

Кафедра маркетинга



Зобов А.М.

---

Наименование БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

### **РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Зав.кафедрой «Маркетинг»



Зобов А.М.

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

УТВЕРЖДЕН  
На заседании кафедры Маркетинга  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022г., протокол № \_\_\_\_  
Заведующий кафедрой Маркетинга  
\_\_\_\_\_ Зобов А.М.

# ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

## ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

---

(наименование дисциплины)

---

**38.03.02 «Менеджмент».**

---

(код и наименование направления подготовки)

**Маркетинг**  
для очно-заочной и заочной форм обучения

---

(наименование профиля подготовки)

**Бакалавр**

---

Квалификация (степень) выпускника

## Описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания

### Шкала итоговой оценки государственного экзамена

Итоговая оценка представляет собой сумму баллов, полученных за выполнение тестовой части и устного ответа на экзамене. Общая трудоемкость госэкзамена – соответствует 3 кредитам (100 баллам). Итоговая оценка выставляется, исходя из следующих критериев:

- тестовая часть - max 50 баллов, один правильный ответ на вопросы закрытого типа - 1 балл;
- ответ на кейс (открытый вопрос) - max 50 баллов;
- итоговая оценка - max 100 баллов.

Шкала оценки за тестовую часть междисциплинарного экзамена с вопросами закрытого типа (максимум – 50 баллов)

Процент правильных ответов	Кол-во баллов	Процент правильных ответов	Кол-во баллов
Меньше 60%	0-25	80-83%	40
60-63%	26	84-86%	42
64-66%	28	87-90%	44
67-71%	30	91-95%	46
72-75%	32	96-98%	48
76-79%	38	99-100%	50

### КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ОТВЕТА СТУДЕНТА НА ОТКРЫТЫЙ ВОПРОС

Характеристика ответа	Баллы
-----------------------	-------



Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента.	46-50
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком. Могут быть допущены недочеты в определении понятий.	41-45
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. В ответе допущены недочеты.	36-40
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Допущены 1-2 ошибки в определении основных понятий.	31-35
Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Оформление ответа требует поправок, коррекции.	26-30
Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях, присутствует фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины.	0-25

#### Шкала итоговой оценки государственного экзамена

Оценка	Мин.	Макс.		Оценка	Мин.	Макс.
--------	------	-------	--	--------	------	-------

A (5)	95	100		D (3)	61	68
B (5)	86	94		E (3)	51	60
C (4)	69	85		F (2)	0	50

### **Критерии оценивания выпускной квалификационной работы:**

«Отлично» выставляется студенту, если:

1. выпускная квалификационная работа представлена в установленные сроки, отзыв руководителя и рецензия не содержат существенных замечаний;
2. выпускная квалификационная работа отвечает предъявляемым требованиям технического задания и оформлена в соответствии с требованиями ГОСТ и Положения о выпускной квалификационной работе выпускающей кафедры;
3. в работе используются ссылки на современные источники информации/литературу за последние 5 лет по теме выпускной квалификационной работы (не менее 10 источников);
4. выступление студента на защите структурировано, раскрыты актуальность темы, цель, задачи и основные результаты работы;
5. ответы на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии логичны, раскрывают сущность вопроса, подкрепляются выводами и расчетами из выпускной квалификационной работы, показывают самостоятельность и глубину освоения проблемы студентом;
6. приведено доказательство работоспособности представленных решений на основе компьютерного моделирования или действующего макета/программного продукта; 7. отсутствует плагиат.

«Хорошо» выставляется студенту, если:

1. выпускная квалификационная работа представлена в установленные сроки, отзыв руководителя и рецензия не содержат существенных замечаний;
2. выпускная квалификационная работа отвечает предъявляемым требованиям технического задания и оформлена с незначительными отклонениями от требований ГОСТ и Положения о выпускной квалификационной работе выпускающей кафедры;
3. в работе используются ссылки на современные источники информации/литературу за последние 5 лет по теме выпускной квалификационной работы (не менее 5 источников);
4. выступление студента на защите структурировано, допускаются неточности при раскрытии актуальности темы, цели, задачи и основных результатов работы, которые устраняются в ходе дополнительных уточняющих вопросов;
5. ответы на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии не всегда корректны, но в целом логичны, раскрывают сущность вопроса, подкрепляются выводами и расчетами из выпускной квалификационной работы, показывают самостоятельность и глубину освоения проблемы студентом;
6. приведено доказательство работоспособности представленных решений на основе компьютерного моделирования или действующего макета/программного продукта;

7. отсутствует плагиат.

«Удовлетворительно» выставляется студенту, если:

1. выпускная квалификационная работа представлена в установленные сроки, отзыв руководителя и/или рецензия содержат существенные замечания;
2. выпускная квалификационная работа не в полной мере отвечает предъявляемым требованиям технического задания и/или оформлена с отклонениями от требований ГОСТ и Положения о выпускной квалификационной работе выпускающей кафедры;
3. в работе используются только ссылки на устаревшие источники информации/литературу (нет источников по теме выпускной квалификационной работы за последние 5 лет);
4. выступление студента на защите не всегда структурировано, допускаются ошибки при раскрытии актуальности темы, цели, задачи и основных результатов работы, которые с трудом устраняются в ходе дополнительных уточняющихся вопросов;
5. ответы на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии неуверенные, слабо раскрывают сущность вопроса, не подкрепляются выводами и расчетами из выпускной квалификационной работы, показывают недостаточную самостоятельность и глубину освоения проблемы студентом;
6. в процессе защиты выпускной квалификационной работы студент продемонстрировал понимание содержания ошибок, допущенных им при ее выполнении.
7. не приведено доказательство работоспособности представленных решений на основе компьютерного моделирования или действующего макета/программного продукта;
8. отсутствует плагиат.

«Неудовлетворительно» выставляется студенту, если:

1. выпускная квалификационная работа представлена с нарушением установленных сроков, отзыв руководителя и/или рецензия содержат серьёзные замечания, аргументировано доказывающие невыполнение требований технического задания или требований образовательного стандарта, либо отзыв или рецензия отсутствуют;
2. выпускная квалификационная работа не отвечает предъявляемым требованиям технического задания и/или оформлена с серьёзными отклонениями от требований ГОСТа и Положения о выпускной квалификационной работе выпускающей кафедры;
3. выступление студента на защите не структурировано, допускаются грубые ошибки при раскрытии актуальности темы, цели, задачи и основных результатов работы, которые с не устраняются в ходе дополнительных уточняющихся вопросов;
4. ответы на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии ошибочные, не раскрывают сущность вопроса, не подкрепляются выводами и расчетами из выпускной квалификационной работы, показывают отсутствие самостоятельности и глубины освоения проблемы студентом;
5. в процессе защиты выпускной квалификационной работы студент демонстрирует непонимание содержания ошибок, допущенных им при ее выполнении.
6. присутствует плагиат

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания  
Общую оценку за выпускную квалификационную работу выводят члены государственной экзаменационной комиссии на коллегиальной основе с учетом соответствия содержания заявленной теме, глубины ее раскрытия, соответствия

оформления принятым стандартам, проявленной во время защиты способности студента демонстрировать собственное видение проблемы и умение мотивированно его отстаивать, владения теоретическим материалом, способности грамотно его излагать и аргументированно отвечать на поставленные вопросы. Оценки выпускным квалификационным работам даются членами экзаменационной комиссии на закрытом заседании и объявляются студентам-выпускникам в тот же день после подписания соответствующего протокола заседания комиссии.

#### Шкала итоговой оценки выпускной работы бакалавра

Итоговая оценка представляет собой сумму баллов, полученных за выполнение и защиту выпускной работы бакалавра. Итоговая оценка выставляется, исходя из следующих критериев:

- самостоятельность исследования, наличие предмета исследования - max 1,5 балла;
- достоверность полученных выводов - max 1 балл;
- оформление - max 0,5 балла;
- доклад (в том числе наличие презентации) - max 0,5 балла;
- ответы на дополнительные вопросы - max 1 баллов;
- «плавающий признак» (за оригинальность исследования, практическую значимость, теоретическую проработку проблемы) - max 0,5 балла;
- итоговая оценка - max 5 баллов.

Оценка	Мин.	Макс.
A (5)	95	100
B (5)	86	94
C (4)	69	85

Оценка	Мин.	Макс.
D (3)	61	68
E (3)	51	60
F (2)	0	50