

Аннотация рабочей программы дисциплины

*«Государственная итоговая аттестация»*

Цель изучения дисциплины	<p>Целью защиты выпускной квалификационной работы являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проверить уровень подготовки выпускника к профессиональной деятельности;</li> <li>- оценить теоретические знания, практические навыки и умения выпускника.</li> </ul> <p>К защите выпускной квалификационной работы по направлению подготовки допускаются лица, завершившие полный курс обучения по основной образовательной программе и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом на момент проведения защиты.</p>
Место дисциплины в учебном плане	И является составной частью профессиональной подготовки исследователей по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
Формируемые компетенции	<p>ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16; ПК-17; ПК-18; ПК-19; ПК-20</p>
Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников)	<p>В результате освоения образовательной программы обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- структуру философского знания, его место и роль в современной жизни, методы и приемы философского анализа познавательных и практических проблем.</li> <li>- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами; типы организационной культуры и методы ее формирования;</li> <li>- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования; виды управленческих решений и методы их принятия; основные теории и подходы к осуществлению организационных изменений;</li> <li>- основные этапы развития менеджмента как науки и профессии; принципы развития и закономерности функционирования организации; роли, функции и задачи менеджера в современной организации; принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования; основные виды и процедур внутриорганизационного контроля;</li> <li>- теоретические основы безопасности жизнедеятельности, виды опасностей, способных причинить вред человеку и критерии их оценки;</li> <li>- законы естественных дисциплин, методы теоретического и экспериментального исследования;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методы оценки качества сельскохозяйственной продукции и её биохимические показатели;</li> <li>- показатели качества и безопасности сельскохозяйственного сырья и продуктов переработки;</li> <li>- основные научные исследования, проводимые в стране и зарубежом в области производства и переработки сельскохозяйственной продукции согласно утверждённым программам;</li> <li>- основные факторы макроэкономической среды и органов государственного и муниципального управления, оказывающие влияние на маркетинговую деятельность организации;</li> <li>- методы получения информации о экономических благам меняющейся конъюнктуре рынка и предпочтениях потребителей;</li> <li>- особенности разработки маркетинговых планов организаций при создании и развитии организации;</li> <li>- основные теоретические и методологические положения управления маркетингом хозяйственной деятельности;</li> <li>- системные знания в области формирования концепции управления маркетингом, структурного построения с учетом диверсификации и реструктуризации, принятия управленческих решений по планированию, организации и сервисному обслуживанию потребителей;</li> <li>- содержание важнейших инструментов контроля и учета комплекса маркетинга: товара, цены, распределения, продвижения, паблик рилейшнз.</li> <li>- теоретическое представление о принципах управления рынком, покупательским поведением, ценообразованием, сбытовой и коммуникативной политикой предприятия;</li> <li>- основы стратегического маркетингового планирования и аудита маркетинга;</li> <li>- особенности конкретных инструментов маркетинговых коммуникаций и способов их интеграции в целостную и эффективную программу продвижения;</li> <li>- принципы и методы экономического анализа ценовой информации при изучении состояния целевых рынков и прогнозирования их динамики, проводимой ценовой политики конкурентов;</li> <li>- основные количественные показатели анализа спроса и предложения, приемы и методы их применения в ситуационном анализе для реализации эффективной ценовой политики на основе конкурентных ценовых стратегий.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать гражданские и мировоззренческие позиции в обществе, формировать и совершенствовать свои взгляды и убеждения, переносить философское мировоззрение в область материально-практической деятельности.</li> <li>- организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;</li> <li>- анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию;</li> </ul>
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности; диагностировать организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию;</li> <li>- использовать методы защиты от воздействия вредных факторов в производственной среде и мероприятия по защите персонала при возникновении чрезвычайных ситуаций, применять действующее законодательство в профессиональной деятельности;</li> <li>- использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности;</li> <li>- оценивать качество сельскохозяйственной продукции с учётом биохимических показателей;</li> <li>- оценивать качество и безопасность сельскохозяйственного сырья и продуктов переработки;</li> <li>- применять современные методы научных исследований в области производства и переработки сельскохозяйственной продукции согласно утверждённым программам;</li> <li>- идентифицировать и анализировать факторы макроэкономической среды, оказывающие влияние на маркетинговую деятельность организации;</li> <li>- анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса;</li> <li>- анализировать изменения среды маркетинга и открывающиеся рыночные возможности представлять результаты аналитической работы в виде выступления, аналитического отчета, статьи;</li> <li>- использовать формы и методы маркетингового управления для успешной реализации маркетинговых проектов за счет полученных знаний и передового опыта практики разработки планово-управленческих решений отечественных фирм и компаний в области маркетинга на стратегическом, тактическом и операционном уровнях;</li> <li>- внедрять систему основных принципов управления маркетингом в хозяйственную деятельность с учетом влияния внутренних и внешних факторов рыночной среды;</li> <li>- активно использовать маркетинговые коммуникации для стратегических решений проникновения на рынок, привлечения потребителей и успешного позиционирования;</li> <li>- способствовать достижению коммерческого успеха в результате своевременного контроля, учета и комплексной оценки коммерческого потенциала;</li> <li>- создавать уникальное торговое предложение различными средствами рекламы, публичными продажами, личными продажами, строить рекламную стратегию с учетом последних достижений в сфере медиапланирования и рекламных технологий;</li> <li>- применять принципы и методы экономического анализа ценовой информации для выработки эффективных ценовых решений; определять и анализировать основные количественные показатели анализа спроса и предложения делать выводы и рекомендации по выработке и применению конкурентных ценовых стратегий.</li> </ul> <p>владеть:</p>
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методами философских исследований, приемами и методами анализа проблем общества и познания, и навыками аргументирования своих взглядов в публичной дискуссии.</li> <li>- современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации;</li> <li>- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование, контроль);</li> <li>- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование, контроль); современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; навыками деловых коммуникаций;</li> <li>- приемами оказания первой медицинской помощи, способами защиты персонала и населения в чрезвычайных ситуациях техногенного, природного и биолого-социального характера, а также навыками принятия оптимальных решений, минимизирующих негативное воздействие результатов человеческой деятельности на окружающую среду;</li> <li>- методами математического анализа и моделирования теоретического и экспериментального исследования;</li> <li>- методиками проведения оценки качества сельскохозяйственной продукции;</li> <li>- требованиями нормативной и законодательной базы;</li> <li>- методиками проведения научных исследований в области производства и переработки сельскохозяйственной продукции согласно утверждённым программам;</li> <li>- методами анализа факторов макроэкономической среды, оказывающих влияние на маркетинговую деятельность организации;</li> <li>- методами анализа и прогнозирования маркетинговой информации.</li> <li>- методами анализа, оценки и выбора возможностей роста;</li> <li>- методами прогнозирования последствий;</li> <li>- методами оценки маркетинговых последствий при реализации маркетинговых возможностей;</li> <li>- навыками экономического, социального и информационного обоснования концепции управления маркетинговой деятельностью предприятия;</li> <li>- навыками организации работы службы маркетинга на предприятии;</li> <li>- навыками анализа рыночной конъюнктуры и выработки стратегических маркетинговых решений на корпоративном уровне;</li> <li>- навыками создания и укрепления имиджа предприятия, оптимизации расходов как при выборе и реализации различных коммуникационных стратегий, так и в прямом маркетинге;</li> <li>- приемами и методами ценового анализа и ценообразования необходимыми для обработки экономической информации по рынкам и ценам, и количественного и качественного обоснования действий в области цен и ценовой политики.</li> </ul>
Содержание дисциплины	<p>ВКР должна содержать следующее:</p> <p>титульный лист</p> <p>оглавление;</p>

	<p>введение. Глава 1. Глава 2. Глава 3. Заключение. Список литературы. Приложения</p>
Виды учебной работы	<p>Выполнение ВКР осуществляется студентом в соответствии с заданием. Задание, конкретизирующее объем и содержание ВКР, выдается студенту руководителем. При необходимости выпускнику для подготовки ВКР назначаются консультанты по отдельным разделам. Руководитель ВКР бакалавра:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- в соответствии с темой выдает студенту задание на практику для сбора материала;</li> <li>- выдает студенту задание на ВКР;</li> <li>- разрабатывает вместе со студентом календарный график выполнения работы, утверждаемый заведующим кафедрой;</li> <li>- рекомендует студенту литературу и другие информационные источники;</li> <li>- проводит систематические консультации;</li> <li>- проверяет выполнение работы (по частям и в целом);</li> <li>- при необходимости после преддипломной практики вносит изменения в задание на выпускную квалификационную работу.</li> </ul> <p>Сроки выполнения ВКР определяются учебным планом и графиком учебного процесса. Работа должна быть завершена до дня сдачи итогового государственного экзамена.</p> <p>ВКР оформляется с соблюдением действующих стандартов на оформление соответствующих видов документации, требований и(или) методических указаний (требований) по выполнению бакалаврских работ по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»</p> <p>В перечень дополнительных материалов могут входить программные продукты.</p> <p>Руководитель готовит отзыв на ВКР бакалавра по следующим разделам:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- актуальность темы и значимость работы;</li> <li>- степень соответствия работы заданию;</li> <li>- оценка теоретического и практического содержания работы;</li> <li>- качество оформления работы;</li> <li>- характеристика студента ходе выполнения работы;</li> <li>- достоинства и недостатки работы;</li> <li>- соответствие ВКР предъявляемым требованиям к данному виду работы, возможности присвоения квалификации и надписи на титульном листе работы</li> </ul> <p>«к защите» или «на доработку».</p>
Используемые информационные, инструментальные и программные средства	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Лицензионное программное обеспечение «Антиплагиат.ВУЗ»</li> <li>2. Лицензионное программное обеспечение «Система КонсультантПлюс»</li> <li>3. Лицензионное программное обеспечение Microsoft (Windows XP, Windows Server 2003, Windows XP Professional x64 Edition, Windows Vista, Windows Server 2008, Windows 7, Windows Server 2012, Windows 8, Windows 8.1, Windows 10, Microsoft Office 2010, Microsoft Office 2013, Microsoft Office 365)</li> <li>4. Свободно распространяемое программное обеспечение Adobe Acrobat Reader DC</li> </ol>

	5. Свободно распространяемое программное обеспечение 7-Zip
Формы текущего контроля успеваемости	Защита выпускной квалификационной работы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент проходит в виде публичного выступления.
Формы промежуточно й аттестации	Результаты защиты ВКР определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».