

**Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова»**

**Социологический факультет**

**УТВЕРЖДАЮ**

Декан

\_\_\_\_\_ Н.Г.Осипова

**« 26 » декабря 2019 г.**

Утверждена решением № 11  
Ученого совета  
социологического факультета МГУ  
**от « 26 » декабря 2019 г.**

**ПРОГРАММА**

государственной итоговой аттестации выпускников  
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль – Маркетинг)  
(уровень бакалавриата)

Москва, 2019

Программа итоговой государственной аттестации выпускников по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль – Маркетинг) (уровень бакалавриата), утверждена на заседании Ученого совета Социологического факультета МГУ от « 26 » декабря 2019 года протокол № 11.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения
2. Порядок организации и проведения государственной итоговой аттестации
3. Программа междисциплинарного государственного экзамена по направлению «Менеджмент»
4. Требования к организации и проведению государственного междисциплинарного экзамена по направлению подготовки «Менеджмент» (профиль-Маркетинг)
5. Перечень разрешенных к использованию средств при прохождении государственных аттестационных испытаний, а также порядок их применения
6. Критерии оценки государственного междисциплинарного экзамена выпускника по направлению подготовки «Менеджмент» (профиль-Маркетинг)
7. Требования к выпускной квалификационной работе бакалавра, порядку ее выполнения и представления к защите
8. Порядок защиты выпускной квалификационной работы бакалавра
9. Критерии оценки выпускной квалификационной работы
10. Порядок выдачи диплома (диплома) с отличием государственного образца о высшем образовании.

## 1. Общие положения

Программа государственной итоговой аттестации выпускников по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль – Маркетинг) (уровень бакалавриата) разработана в соответствии с требованиями следующих нормативно-правовыми документами и локальными актами:

- Федерального закона от 29.12.2012 года №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утверждённый приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636, с изменениями и дополнениями от 09 февраля 2016 г. №86, 28 апреля 2016 г. №502;

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования для реализуемых образовательных программ высшего образования (далее –ФГОС ВО), по направлению подготовки Менеджмент (квалификация «бакалавр»), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 12.01.2016 года № 7, с изменениями и дополнениями от 20 апреля 2016 г., 13 июля 2017 г.;

– Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в МГУ имени М.В. Ломоносова № 1413 от 06 декабря 2016 в действующей редакции;

а также требований других нормативных актов МГУ имени М.В. Ломоносова и социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова.

В результате освоения ОПОП по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль – Маркетинг) (уровень бакалавриата) у выпускника МГУ должны быть сформированы следующие общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные, в том числе специализированные профессиональные компетенции.

### **Общекультурные компетенции:**

способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4);

способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-5);

способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-6);  
способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-7);

способность использовать приёмы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-8).

#### **Общепрофессиональные компетенции:**

владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности (ОПК-1);

способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);

способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);

способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации (ОПК-4);

владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ОПК-5);

владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций (ОПК-6);

способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-7).

**Профессиональные компетенции**, соответствующие организационно-управленческому виду профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа бакалавриата:

владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры (ПК-1);

владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде (ПК-2);

владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);

умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации (ПК-4);

способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);

способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений (ПК-6);

владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умение координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ (ПК-7);

владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений (ПК-8).

#### **Специализированные профессиональные компетенции:**

способность обеспечивать информационно-аналитическое сопровождение маркетинговых решений с использованием современного инструментария и информационно-коммуникационных технологий (СПК-1);

способность разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения в области маркетинга с учётом их социальной значимости (СПК-2);

способность разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы (проекты) с использованием инструментов комплекса маркетинга с учётом динамично изменяющейся внешней среды (СПК-3).

Целью государственной итоговой аттестации является установление уровня подготовки выпускника высшего учебного заведения к выполнению задач профессиональной деятельности и соответствия его подготовки требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата).

Задачей государственной итоговой аттестации является определение уровня сформированности у выпускника общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных, специализированных профессиональных компетенций

Непосредственно в ходе проведения процедуры ГИА у обучающихся проверяются следующие компетенции: ОК-4; ОК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-7; ПК-1; ПК-3; ПК-4; ПК-5; СПК-1; СПК-2; СПК-3

Государственная итоговая аттестация выпускников бакалавриата по направлению «Менеджмент» (профиль – Маркетинг) включает следующие государственные аттестационные испытания:

- 1) государственный экзамен, имеющий дисциплинарный характер;
- 2) подготовку и защиту выпускной квалификационной работы бакалавра (далее – ВКР).

## **2. Порядок организации и проведения государственной итоговой аттестации**

Для проведения государственной итоговой аттестации и проведения апелляций по результатам государственной итоговой аттестации в МГУ приказом ректора по представлению структурного подразделения создаются государственные экзаменационные комиссии (ГЭК) по каждой основной образовательной программе высшего профессионального образования<sup>1</sup>, и апелляционная комиссия.

Председатель государственной экзаменационной комиссии утверждается приказом ректора МГУ не позднее 31 декабря года, предшествующего году проведения государственной итоговой аттестации из числа лиц, не работающих в МГУ, имеющих ученую степень доктора наук и (или) ученое звание профессора либо являющихся ведущими специалистами - представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности.

Председатели государственных экзаменационных комиссий организуют и контролируют деятельность комиссий, обеспечивают единство требований, предъявляемых к обучающимся при проведении государственной итоговой аттестации.

Состав государственных экзаменационных комиссий утверждаются приказом ректора МГУ не позднее чем за 1 месяц до даты начала государственной итоговой аттестации. Указанные комиссии действуют в течение календарного года.

В состав государственной экзаменационной комиссии входят председатель указанной комиссии и не менее 4 членов указанной комиссии. Члены государственной экзаменационной комиссии являются ведущими специалистами - представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности (далее - специалисты), и (или) лицами, которые относятся к профессорско-преподавательскому составу МГУ и (или) иных организаций и (или) научными работниками МГУ и (или) иных организаций и имеют ученое звание и (или) ученую степень.

Доля лиц, являющихся ведущими специалистами — представителями работодателей или их объединений в соответствующей области

---

<sup>1</sup> Государственные экзаменационные и апелляционные комиссии действуют в течение одного календарного года

профессиональной деятельности (включая председателя государственной экзаменационной комиссии), в общем числе лиц, входящих в состав государственной экзаменационной комиссии, должна составлять не менее половины.

Руководство организацией подготовки и проведения государственной итоговой аттестации осуществляет руководитель структурного подразделения.

На период проведения государственной итоговой аттестации для обеспечения работы государственной экзаменационной комиссии приказом руководителя структурного подразделения МГУ назначается ее секретарь из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу, научных работников или административных работников МГУ.

Для обеспечения работы государственных и государственных экзаменационных комиссий учебным отделом факультета готовятся следующие документы:

- проекты приказа о составе государственных и государственных экзаменационных и апелляционной комиссий;
- приказы о допуске студентов к государственной итоговой аттестации;
- расписание государственных экзаменов, консультаций и графики защиты выпускных квалификационных работ, утвержденные в установленном порядке;
- сводные экзаменационные ведомости;
- программы государственных аттестационных испытаний;
- экзаменационные билеты, утвержденные Ученым советом факультета и подписанные председателем государственной экзаменационной комиссии;
- сводные ведомости о выполнении студентами учебного плана;
- бланки протоколов заседания государственных комиссий о приеме итоговых экзаменов, защите выпускных квалификационных работ и присвоении квалификации.

К государственной итоговой аттестации приказом по структурному подразделению допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по соответствующей образовательной программе.

Расписание государственных аттестационных испытаний по каждой образовательной программе (далее - расписание), в котором указываются даты, время и место проведения государственных аттестационных испытаний и предэкзаменационных консультаций согласовывается руководителем структурного подразделения МГУ и утверждается проректором - начальником Управления академической политики и организации учебного процесса МГУ в соответствии с образовательным стандартом и учебным планом.



При формировании расписания устанавливается перерыв между государственными аттестационными испытаниями продолжительностью не менее 7 календарных дней. Расписание государственных аттестационных испытаний утверждается не позднее чем за 30 календарных дней до дня проведения первого государственного аттестационного испытания по образовательной программе.

Итоговые государственные экзамены и защита выпускных квалификационных работ проводятся на открытых заседаниях государственных комиссий с участием не менее двух третей ее состава.

Решения государственных экзаменационных комиссий принимаются на закрытых заседаниях простым большинством голосов членов комиссий, участвующих в заседании, при обязательном присутствии председателя или его заместителя. При равном числе голосов председатель комиссии обладает правом решающего голоса.

Все заседания государственных комиссий оформляются протоколами.

### **3. Программа итогового государственного экзамена по направлению подготовки «Менеджмент» (профиль – Маркетинг)**

Согласно требованиям ФГОС ВО, на государственном экзамене выпускник должен подтвердить знания в области теории и практики менеджмента, понимание и значимость своей будущей профессии, умение находить способы решения прикладных задач в сфере управления маркетинговой деятельностью современных организаций.

Выпускной экзамен должен быть проверкой конкретных функциональных возможностей студента, способности его к самостоятельным суждениям на основе имеющихся знаний.

В соответствии с этим содержание междисциплинарного экзамена, тематика экзаменационных вопросов разрабатывалась на основе комплексного подхода, с учетом содержания общепрофессиональных дисциплин и профессиональных дисциплин, обеспечивающих формирование профиля ОПОП, предусмотренных учебным планом по данному направлению подготовки и определяющих в совокупности формирование профессионального облика выпускника.

Программа междисциплинарного экзамена по направлению «Менеджмент» (профиль – Маркетинг) содержит перечень вопросов и список рекомендуемой основной и дополнительной литературы.

#### **Вопросы для подготовки к государственному экзамену по направлению «Менеджмент» (профиль –Маркетинг)**

1. Управление рыночными организациями в теории «научного менеджмента» Ф.У.Тейлора.
2. Отечественные последователи Ф.Тейлора.
3. Виды деятельности в организации и функции менеджмента в концепции А.Файоля.
4. Технологические, экономические и социальные инновации Г.Форда.

5. Основные принципы школы «человеческих отношений» в теории менеджмента.
6. Методологические основания системного и ситуационного подходов в теории менеджмента.
7. Производственный менеджмент. Понятие операционной системы бизнеса. Виды технологий в концепции Дж.Вудворд.
8. Современное состояние теоретического осмысления управленческих проблем. Формирование рынка идей менеджмента.
9. Управленческое консультирование: сущность и виды. Особенности рынка консультантов по управлению.
10. Управление качеством. Особенности концепции всеобщего менеджмента качества. Понятие бережливого производства.
11. Реинжиниринг бизнес-процессов.
12. Концепция самообучающейся организации и специфика ее применения на практике. Управление знаниями, креативностью и талантами.
13. Планирование как функция менеджмента. Процесс и субъекты стратегического планирования.
14. Понятие конкурентной стратегии. Концепция пяти сил М.Портера. Эталонные стратегии конкурентной борьбы.
15. Инструменты стратегического планирования. Бостонская матрица стратегического планирования. SWOT-анализ. PEST (PESTEL)-анализ.
16. Содержательные концепции мотивации (А.Маслоу, Ф.Герцберг, К.Альдерфер, Д. МакКлелланд).
17. Процессуальные концепции мотивации (теория справедливости, теория ожиданий, модель А.Портера-Э.Лоулера).
18. Процесс принятия и виды управленческих решений.
19. Групповая динамика и особенности групповых решений в организации.
20. Основания должностной и личной власти менеджера в организации.
21. Управленческая решетка Р.Блейка-Дж.Моутон и проблемы лидерства в организациях различного типа.
22. Историческая динамика исследований феномена лидерства в теории менеджмента.
23. Понятие и виды стилей руководства. Стили руководства в концепциях К.Левина, Д.МакГрегора и Р.Лайкерта.
24. Ситуационное лидерство в организации. Концепции Ф.Фидлера, П.Херси-К.Бланшара, Т.Мичела-Р.Хауса.
25. Особенности управления акционерными обществами. Модели корпоративного управления. Функции совета директоров.
26. Корпоративная социальная ответственность. Концепция устойчивого развития бизнеса.
27. Сущность и виды управленческого контроля.
28. Понятие организационной структуры. Структурообразующие процессы. Классификация организационных структур.
29. Организационная культура: сущность, элементы и уровни. Концепция Э.Шейна.
30. Понятие национальной модели менеджмента. Национальные бизнес-

- культуры в концепции Г.Хофштеде.
31. Управленческие классификации организационных культур (Ч.Хэнди, К.Камерон-Р.Куин)
  32. Управление конфликтами в организации. Понятия корпоративного конфликта и конфликта интересов.
  33. Тенденции развития менеджмента в постиндустриальную эпоху.
  34. Организационные коммуникации и их виды. Основные элементы и этапы коммуникационного процесса.
  35. Стадии жизненного цикла организации и их связь со стилем менеджмента. Концепции И.Адизеса и Л.Грейнера.
  36. Управление человеческими ресурсами: базовые подходы и функции.
  37. Использование социологических исследований в изучении систем управления. Методы социологических исследований.
  38. Финансовый менеджмент. Специфика формирования учетной информации о доходах и расходах организации в российских условиях.
  39. Понятие и виды деловой карьеры, основные этапы ее планирования.
  40. Инновационный менеджмент. Особенности управления созданием и внедрением нововведений.
  41. Концепция социально-этического (социально-ориентированного) маркетинга. Развитие социального маркетинга в России: проблемы и перспективы.
  42. Комплекс маркетинга (marketing-mix): понятие, структура, характеристика элементов. Современные трактовки концепции комплекса маркетинга.
  43. Фокус-группы, глубинные интервью, проективные методики как методы сбора качественной информации в маркетинговом исследовании: особенности организации и направления использования.
  44. Характеристика метода экспертных оценок, его роль в маркетинговых исследованиях.
  45. Особенности организации маркетинговой деятельности в Интернете. Понятие электронной коммерции. Специфика Интернет-рекламы и Интернет-магазинов.
  46. Сегментирование как инструмент анализа рынка: содержание и последовательность этапов.
  47. Позиционирование товара на рынке: сущность, подходы к реализации. Виды стратегий позиционирования и примеры их реализации в деятельности компаний.
  48. Покупательское поведение. Особенности процесса принятия решения о покупке.
  49. Понятие товара в маркетинге: сущность, типология, характеристики.
  50. Выведение нового товара на рынок: этапы, основные методы и подходы.
  51. Жизненный цикл товара.
  52. Торговля. Основные подходы к определению канала распределения (сбытового канала). Организационная и коммуникационная компоненты распределения.

53. Виды торговых посредников. Их воздействие на производителей и потребителей.
54. Выход компании на внешний рынок. Формы организации международного бизнеса.
55. Франчайзинг: понятие и виды.
56. Лицензирование как форма организации бизнеса. Преимущества и проблемы лицензирования.
57. Стимулирование сбыта: виды и предназначение.
58. Товарный знак. Миссия бренда и технология его создания. Основные бренд-стратегии. Оценки стоимости бренда: современные методики и их применение.
59. Слияния и поглощения как базовая стратегия развития современных организаций. Управленческие и маркетинговые проблемы объединений.
60. Особенности менеджмента в многонациональных компаниях.
61. Основные инструменты и виды ценовой политики фирмы. Этапы процесса ценообразования.
62. Методы ценообразования: содержание и сравнительная характеристика.
63. Маркетинговые коммуникации: понятие, сущность, формы.
64. Концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Основные инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций.
65. Связи с общественностью (public relations) как форма маркетинговой коммуникации: понятие, функции. Значение связей с общественностью в формировании имиджа компании и в управлении кризисными ситуациями.
66. Product placement, event-мероприятия, выставки и ярмарки как инструменты маркетинговых коммуникаций: особенности применения.
67. Нестандартные маркетинговые коммуникации: продвижение в блогах и форумах, life placement и др.
68. Особенности рекламы как формы маркетинговых коммуникаций. Виды рекламы.
69. Разработка рекламной компании: основные этапы.
70. Социальная реклама: понятие, виды, роль государства. Развитие социальной рекламы в России.
71. Медиапланирование: основные качественные и количественные показатели. Оценка эффективности медиаплана.
72. Личностные факторы покупательского поведения: состав, характеристика, особенности влияния.
73. Влияние семьи и домохозяйства на потребительское поведение. Жизненный цикл семьи и особенности потребления. Современные тенденции в изменении потребления семьи.
74. Социальная стратификация и потребительское поведение социальных групп. Специфика потребительского поведения среднего класса.
75. Особенности покупательского поведения предприятий и организаций: субъекты, объекты, конъюнктура. Факторы, влияющие на

- покупательское поведение в сфере товаров производственного назначения.
76. Лояльность потребителя к фирме и бренду. Виды лояльности, методы ее измерения. Особенности разработки и внедрения программ лояльности потребителей в современной России.
  77. Устойчивые отношения с клиентами. Понятие клиентоориентированности. Системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) в России. Основные направления развития теории маркетинга взаимоотношений.
  78. Разработка международной маркетинговой стратегии компании. Экономические и культурные детерминанты маркетинговой деятельности за рубежом.
  79. Особенности правового регулирования маркетинговой деятельности в России.
  80. Этические проблемы менеджмента и маркетинга. Особенности этики бизнеса в глобальном мире.

#### **Рекомендуемая основная литература:**

1. *Адизес И.* Размышления о менеджменте. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015.
2. *Барков С. А., Зубков В.И.* Социология организаций. М.: ЮРАЙТ, 2018.
3. *Блинов А.О., Угрюмова Н.В.* Теория организации и организационное поведение. – М.: КноРус, 2016.
4. *Виханский О.С., Наумов А. И.* Менеджмент. М.: Магистр, Инфра-М, 2014.
5. *Дафт Р.* Менеджмент. – СПб.: Питер, 2015.
6. *Дробышева Л.А.* Экономика, маркетинг, менеджмент. – М.: Дашков и Ко, 2017.
7. *Друкер П., Макьярелло Дж.* Менеджмент. – М.: Вильямс, 2010.
8. *Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В.* Основы маркетинга. – М.: Вильямс, 2017.
9. *Котлер Ф., Келлер К.* Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. – СПб.: Питер, 2016.
10. *Ламбен Ж-Ж, Шулинг И., Чумпитас Р.* Менеджмент, ориентированный на рынок. – СПб: Питер, 2014
11. *Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф.* Основы менеджмента. – М.: Вильямс, 2013.
12. *Минцберг Г.* Менеджмент: природа и структура организаций глазами гуру. М.: Эксмо, 2009.
13. *Моргунов В.И., Моргунов С.В.* Международный маркетинг. – М.: Дашков и Ко, 2017.
14. Организационное поведение: учебник и практикум для академического бакалавриата / под ред. С.А.Баркова. М.: Юрайт, 2015.
15. *Пивоваров С.Э., Максимцев Н.А., Тарасевич Л.С.* Международный менеджмент. – СПб.: Питер, 2013.

16. *Питерс Томас Дж.* Вау!-проекты. Как превратить любую работу в проект, который имеет значение. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013
17. *Пригожин А.И.* Социология организаций. – М.: Ленанд, 2015.
18. *Риддерстрале Й., Нордстрем К.* Караоке-капитализм. Менеджмент для человечества. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008
19. *Токарев Б.Е.* Маркетинговые исследования. 2-е изд. – М.: Инфра-М, 2015.
20. Управление человеческими ресурсами/ под ред. С.А.Баркова, В.И.Зубкова (в 2-х томах). – М.: ЮРАЙТ, 2016.
21. *Хаммер М., Чампи Дж.* Реинжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.
22. *Хилл Ч.* Международный бизнес. – СПб.: Питер, 2013.
23. *Хэнди Ч.* По ту сторону уверенности. О новом мире внутри и вокруг организаций. – СПб.: Питер, 2002.
24. *Шейн Э.* Организационная культура и лидерство. – СПб.: Питер, 2013.

#### **Рекомендуемая дополнительная литература:**

1. *Адизес И.* Развитие лидеров: как понять свой стиль управления и эффективно общаться с носителями иных стилей. Ицхак Калдерон Адизес; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2013.
2. *Алешина И.В.* Поведение потребителя. – М.: ЭкономистЪ, 2006.
3. *Барков С.А.* Организация и рынок: противоборство или согласие? М.: Изд-во Московского университета, 2008.
4. *Барнард Ч.* Функции руководителя: власть, стимулы и ценности в организации. – М., Челябинск: Социум, ИРИСЭН, 2009.
5. *Болмэн Ли Дж., ДилТ.Е.* Рефрейминг организаций: Компания как фабрика, семья, джунгли и храм. М., Альпина Паблишер, 2017
6. *Бояцис Р., Макки Э.* Резонансное лидерство: Самосовершенствование и построение плодотворных отношений с людьми на основе активного сознания, оптимизма и эмпатии. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
7. *Бир С.* Мозг фирмы/Пер. с англ. Предисл. Л.Н.Отоцкого. Изд. 3-е. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009.
8. *Дафт Р., Мерфи Дж., Уилмотт Х.* Организационная теория и дизайн/Пер. с англ. СПб.: Питер, 2013.
9. *Деминг Э.* Выход из кризиса. Новая парадигма управления людьми. – М.: Альпина Паблишер, 2011.
10. *Деминг Э.* Выход из кризиса. Иная парадигма управления людьми, системами и процессами. – М.: Альпина Паблишер, 2011.
11. *Камерон К., Куин Р.* Диагностика и изменение организационной культуры. – СПб.: Питер, 2001.
12. *Канеман Д.* Думай медленно... Решай быстро. – М.: АСТ, 2016
13. *Клок К., Голдсмит Дж.* Конец менеджмента и становление организационной демократии. – СПб.: Питер, 2004.
14. *Кови С.Р.* Семь навыков высокоэффективных людей. – М.: Альпина Паблишер, 2016.
15. *Красовский Ю.Д.* Социокультурные основы управления бизнес-

- организации. – М.: Юнити-Дана, 2007.
16. *Лалу Ф.* Открывая организации будущего. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015.
  17. *Льюис Р.* Столкновение команд. Успешное управление международной командой. - М.: Инфотропик Медиа, 2013.
  18. *Льюис Р.* Столкновение культур. Путеводитель для всех, кто делает бизнес за границей \ пер. с англ. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
  19. *Макеев В.А.* Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности организаций. – М.: Ленанд, 2015.
  20. *Мейер К., Дэвис С.* Живая организация. Компания как живой организм: грядущая конвергенция информатики, нанотехнологии, биологии и бизнеса. - М.: Издательство «Добрая книга», 2007.
  21. *Мицберг Г.* Структура в кулаке. – СПб.: Питер, 2004.
  22. *Морган Г.* Образы организации. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008.
  23. *Морита А.* SONY. Сделано в Японии. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2014.
  24. *Огнева А.Ю., Дроздова Е.М.* Поведение в организации. – М.: Проспект, 2016.
  25. *Пригожин А.И.* Организации. Системы и люди. – М.: Ленанд, 2015.
  26. *Сенге П.* Пятая дисциплина. Искусство и практика обучающейся организации. – М.: Олимп-Бизнес, 2009.
  27. *Тебекин А.В., Касаев Б.С.* Менеджмент организации. М.: КНОРУС, 2014.
  28. *Трушкевич А.И.* Организация выше таланта: практическое пособие для управляющих и управляемых. Минск, 2013.
  29. *Тулчинский Г.Л.* Корпоративная социальная ответственность. Технологии и оценка эффективности. – М.: ЮРАЙТ, 2016.
  30. *Турчинов А.И., Кононенко Т.А., Магомедов К.О.* Современная кадровая политика и управление персоналом в российских организациях: социологический анализ – М.: МАКС Пресс, 2013.
  31. *Хохлова Т.П.* Организационное поведение (теория менеджмента: организационное поведение). Практикум: учебное пособие. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2015.
  32. *Шелдрейк Дж.* Теория менеджмента: от тейлоризма до японизации /Пер. с англ. А.Чех; под науч. ред. д.э.н., профессора В.А.Спивака. СПб.: Питер, 2001.
  33. *Щербина В.В., Попова Е.П.* Развитие деловых организаций: Теоретические модели и проблемы практического применения. М.: Издательский центр РГГУ, 2010.
  34. *Юрасова М.В.* Управленческое консультирование: социологические методы и технологии. М., Наука, 2001.
  35. *Якока Л.* Карьера менеджера, Послесловие - М.: Попурри, 2007.

**Рекомендуемые периодические издания и Интернет-сайты:**

<http://www.ecsocman.edu.ru> - Портал «Социология, экономика, менеджмент»

<http://www.ecsoc.msses.ru> - Электронный журнал «Экономическая социология»  
<http://www.socis.isras.ru> - Журнал «Социологические исследования»  
<http://www.vestnikmanagement.pu.ru> - Журнал «Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент»  
<http://mgubs.ru/about-2/bulletin/> - Журнал «Вестник Московского университета. Серия 24. Менеджмент»  
<http://www.cfin.ru> – Портал корпоративного менеджмента  
<http://www.rjm.ru> – «Российский журнал менеджмента»  
<http://hbr-russia.ru/> - журнал «Harvard Business Review»  
<http://www.e-xecutive.ru/> - Портал «Сообщество менеджеров»  
<http://www.bossmag.ru> - Журнал «БОСС. Бизнес: Организация, Стратегия, Системы». Аналитическое бизнес-издание. Раздел «Профессия – Босс»  
<http://dis.ru/magazine/periodicals/139/> - Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»  
<http://www.aup.ru/books/i002.htm> - Электронные книги: менеджмент и управление предприятием  
[http://bigc.ru/publications/other/org\\_culture/](http://bigc.ru/publications/other/org_culture/) - Подборка электронных книг и статей по проблемам организационного поведения, организационной культуры и управления персоналом  
[www.4p.ru](http://www.4p.ru) - Журнал «4P маркетинг»  
<http://dis.ru/magazine/periodicals/138/> - Журнал «Маркетинговые исследования в России и за рубежом»  
<http://www.mckinsey.com/> - Отчеты консалтинговой компании MCKinsey  
<http://www.nielsen.com/> - Отчеты консалтинговой компании AC Nielsen

#### **4. Требования к организации и проведению итогового государственного междисциплинарного экзамена по направлению подготовки «Менеджмент» (профиль – Маркетинг)**

Государственный междисциплинарный экзамен по направлению подготовки «Менеджмент» (профиль – Маркетинг) является первым этапом государственной итоговой аттестации выпускников.

Перед государственным экзаменом проводится консультирование обучающихся по вопросам, включенным в программу государственного экзамена.

Форма проведения итогового государственного экзамена – устная. Студенту, проходящему аттестацию, обеспечивается не менее 30 минут времени для подготовки ответа на вопросы экзаменационного билета.

Каждый экзаменационный билет содержит два вопроса по различным дисциплинам блоков учебного плана. Билеты формируются таким образом, чтобы первый вопрос носил теоретический характер и был направлен на демонстрацию теоретической подготовки студента, второй – практический, ориентированный на знание отдельных функций менеджмента, элементов



комплекса маркетинга, а также на владение современными управленческими и маркетинговыми методиками и технологиями.

Экзаменационные билеты к итоговому государственному междисциплинарному экзамену утверждаются на заседании Ученого совета факультета не позднее, чем за 6 месяцев до проведения государственной итоговой аттестации.

Государственные итоговые экзамены проводятся на открытых заседаниях государственных экзаменационных комиссий с участием не менее двух третей ее состава. Решения государственных экзаменационных комиссий принимаются простым большинством голосов членов комиссий, участвующих в заседании, при обязательном присутствии председателя или его заместителя. При равном числе голосов председатель комиссии обладает правом решающего голоса. Результаты аттестационных испытаний определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются в день их проведения после оформления в установленном порядке протоколов заседаний экзаменационных и аттестационных комиссий.

В случае использования обучающимся при прохождении государственных аттестационных испытаний средств, неразрешенных в соответствии с «Положением об итоговой аттестации в МГУ», государственная экзаменационная комиссия составляет акт, вносит соответствующие сведения в протокол заседания и вправе принять решение о выставлении оценки «неудовлетворительно».

Выпускники, не сдавшие государственный экзамен, к прохождению последующих аттестационных испытаний и к защите выпускной квалификационной работы не допускаются.

В состав апелляционной комиссии входят председатель указанной комиссии и не менее 3 членов указанной комиссии. Состав апелляционной комиссии формируется из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу МГУ и не входящих в состав государственных экзаменационных комиссий.

Заседания государственной экзаменационной комиссии и апелляционной комиссии правомочны, если в них участвуют не менее двух третей от числа лиц, входящих в состав комиссий. Заседания комиссий проводятся председателями комиссий. Решения комиссий принимаются простым большинством голосов от числа лиц, входящих в состав комиссий и участвующих в заседании. При равном числе голосов председатель комиссии обладает правом решающего голоса. Решения, принятые комиссией, оформляются протоколами.

Обучающийся имеет право подать через секретаря государственной экзаменационной комиссии в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры проведения государственного аттестационного испытания или о несогласии с результатами государственного экзамена (далее - апелляция) согласно срокам и нормам, определяемым Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по программам бакалавриата,

программам специалитета и программам магистратуры в Московском государственном университете имени М.В. Ломоносова. Рассмотрение апелляции апелляционной комиссией проводится в соответствии Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в Московском государственном университете имени М.В. Ломоносова.

#### **5. Перечень разрешенных к использованию средств при прохождении государственных аттестационных испытаний, а также порядок их применения**

При подготовке к ответу на государственном междисциплинарном экзамене студенту разрешается использование:

- специальных бланков для подготовки к ответу;
- шариковой (гелевой) ручки с синими или черными чернилами.
- программы государственного междисциплинарного экзамена по направлению подготовки «Менеджмент» (профиль-Маркетинг).

#### **6. Критерии оценки государственного междисциплинарного экзамена выпускника по направлению подготовки «Менеджмент» (профиль – Маркетинг)**

Уровень подготовки выпускников определяется оценками:

«Отлично» - если выпускник при ответе на все вопросы билета и на дополнительные вопросы дал полные, четкие и точные ответы.

«Хорошо» - если выпускник при ответе на все вопросы билета и на дополнительные вопросы дал полные ответы, но допустил отдельные неточности.

«Удовлетворительно» - если выпускник при ответе на все вопросы билета и на дополнительные вопросы дал неполные или нечеткие ответы, допустил ряд ошибок и неточностей.

«Неудовлетворительно» - если выпускник не дал ответов на вопросы билета.

При оценке ответов на итоговом экзамене также учитываются глубина понимания вопроса, логика построения ответа, уровень ориентации в программном материале; умение применять полученные знания к решению практических управленческих задач

#### **7. Требования к выпускной квалификационной работе бакалавра, порядку ее выполнения и представления к защите**

Защита выпускной квалификационной работы (далее - ВКР), на основе которой государственная аттестационная комиссия решает вопрос о присуждении квалификации «бакалавр менеджмента», является вторым этапом государственной итоговой аттестации.

ВКР по направлению 38.03.03 «Менеджмент» (профиль – Маркетинг) представляет собой законченную научно-квалификационную работу, в которой автор должен продемонстрировать владение историей и теорией темы (осуществить теоретико-методологический анализ рассматриваемой проблемы), проявить навыки самостоятельного анализа, интерпретации и

обобщения информации, умения решать сложные задачи в области менеджмента, а также способность обосновать и защитить свои решения перед государственной аттестационной комиссией.

ВКР бакалавра – это форма проверки знаний, полученных выпускником в процессе обучения, умения реализации исследовательских и практических навыков в области общего менеджмента и маркетинга, подтверждающих его профессиональный выбор, способностей выпускника к постановке и самостоятельному решению актуальной научно-исследовательской задачи.

Выделяют следующие виды ВКР:

- исследование теоретического характера. Такой формат выполнения ВКР предполагает проведение практического или теоретического исследования с использованием определенной методологии и методов, привносящее элементы новизны в соответствующую область менеджмента как научной дисциплины.

- исследование прикладного (проектного) характера. Такой формат выполнения ВКР предполагает разработку проекта мероприятий, методических рекомендаций, методик или инструментария для различных областей менеджмента с целью их совершенствования или внедрения соответствующих инноваций.

В процессе выполнения ВКР бакалавр демонстрирует:

- навыки работы с научной литературой, ориентации в источниках информации,
- знание теоретико-методологических основ современного менеджмента,
- знание современных методов исследования и умение их использовать в рамках конкретной (избранной для ВКР) проблемы,
- способность соотносить и связывать теоретические знания с прикладными управленческими проблемами,
- осваиваются современные подходы к решению научных и прикладных проблем в области менеджмента,
- опыт систематизации научного материала и написания научного текста;
- опыт письменного представления полученных результатов научной общественности (в том числе, в оформлении научной работы в соответствии с существующими стандартами),
- умение публичной защиты научных идей, предложений, рекомендаций.

Общие требования к ВКР бакалавра определены в ФГОС ВО по направлению «Менеджмент» (уровень бакалавриата) и других регламентирующих документах Министерства образования и науки РФ и локальных актах МГУ имени М.В. Ломоносова

Требования к утверждению темы ВКР, порядку ее выполнения, а также к содержанию, структуре, объему и порядку представления на социологическом факультете устанавливаются Ученым советом факультета на основе действующего ФГОС ВО.

Перечень примерных тем ВКР разрабатывают преподаватели факультета, в соответствии с приоритетными направлениями научных исследований факультета и требований ФГОС ВО по данному направлению подготовки. Тематика ВКР должна ежегодно обновляться, быть актуальной, соответствовать направлению подготовки «Менеджмент» (профиль – Маркетинг). С примерным перечнем тем ВКР студенты могут ознакомиться на кафедрах факультета. Примерный перечень тем ВКР утверждается решением кафедры в срок до 10 мая.

Для подготовки выпускной квалификационной работы за обучающимся приказом руководителя структурного подразделения МГУ закрепляется научный руководитель из числа педагогических и научных сотрудников подразделения. Тема ВКР определяется в процессе взаимодействия обучающегося с научным руководителем из числа примерных тем ВКР. В срок до 30 мая обучающиеся встречаются со своими научными руководителями, определяют с ними тему ВКР. По итогам самостоятельной работы обучающегося по проблеме ВКР уточняется тема, которая затем обсуждается на кафедре. В срок до 30 сентября формируется выписка из решения кафедры по утверждению научных руководителей и при необходимости консультанта (консультанты) и тем ВКР.

По письменному заявлению обучающегося декан факультета предоставляет обучающемуся возможность подготовки и защиты выпускной квалификационной работы по теме, предложенной обучающимся, в случае обоснования целесообразности ее разработки для практического применения в соответствующей области профессиональной деятельности или на конкретном объекте профессиональной деятельности.

*Темы ВКР и кандидатуры научных руководителей обсуждаются на заседании деканата факультета и утверждаются приказом по факультету.*

На основании выписки из решения кафедр в срок до 10 октября издается приказ декана факультета, в котором закрепляется научный руководитель и при необходимости консультант (консультанты) из числа педагогических и научных сотрудников факультета, и тема ВКР.

После издания приказа студент совместно с научным руководителем в срок до 30 октября разрабатывает календарный план-график выполнения работы и представляет его в учебную часть.

Изменения в формулировку темы ВКР и/или в руководство ВКР проводятся приказом декана по письменному заявлению студента и представлению научного руководителя (кафедры) не позднее чем за шесть месяцев до начала государственной итоговой аттестации.

В процессе выполнения обучающимся ВКР научный руководитель выполняет следующие функции:

- участвует в определении и утверждении темы разработке, согласовывает план и график ВКР;
- дает рекомендации по подбору литературы и фактического материала, по выбору методов и разработке методического инструментария исследования;

- осуществляет систематический контроль за ходом выполнения ВКР в соответствии с разработанным графиком;
- дает квалифицированные консультации по содержанию, структуре и оформлению работы;
- осуществляет проверку ВКР по частям и в целом;
- выносит решение о степени готовности работы к защите.

Требования к ВКР и порядку ее выполнения утверждаются ученым советом факультета (Приложение) и доводятся до сведения студентов.

Чистовой вариант выпускной квалификационной работы с визой научного руководителя должен быть подготовлен, представлен на экзамене по преддипломной практике. Положительная оценка за преддипломную практику означает допуск обучающегося к защите ВКР.

Окончательный вариант ВКР - текст ВКР в бумажном и электронном виде, который представлен студентом на кафедре, предназначен для отзыва научного руководителя, рецензирования, проверки на объем заимствования, в том числе содержательного, выявление неправомерных заимствований, размещения и хранения в электронном виде и для защиты ВКР. Окончательный вариант ВКР не подлежит изменениям.

Окончательный вариант ВКР представляется студентом на кафедру с визой научного руководителя на титульном листе «К защите» не позднее, чем за 14 дней до защиты. Факт сдачи ВКР (2 переплетенных экземпляра в печатном и электронном виде) фиксируется в журнале на кафедре с указанием даты и росписью студента.

В случае нарушения студентом сроков представления окончательного варианта ВКР или отсутствия распечатанного или электронного вариантов подразделение составляет акт в установленной форме и ставит в известность государственную экзаменационную комиссию.

После завершения подготовки обучающимся выпускной квалификационной работы научный руководитель представляет в государственную аттестационную комиссию письменный отзыв о работе обучающегося в период подготовки выпускной квалификационной работы (далее - отзыв).

На этапе подготовки к государственной итоговой аттестации кафедра обеспечивает проверку текстов ВКР на объем заимствования, в том числе содержательного, выявление неправомерных заимствований.

Выпускные квалификационные работы по программам бакалавриата подлежат рецензированию. Для проведения рецензирования ВКР по программам бакалавриата работа направляется не менее чем одному рецензенту. Рецензент проводит анализ выпускной квалификационной работы и представляет в государственную экзаменационную комиссию письменную рецензию на указанную работу (далее - рецензия). В отдельных случаях, для более объективной оценки, выпускная квалификационная работа бакалавра, по представлению руководителя структурного подразделения, может быть направлена на дополнительное рецензирование.

Кафедра обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом руководителя и рецензиями не позднее чем за 5 календарных дней до дня защиты выпускной квалификационной работы.

Кафедра обеспечивает передачу в государственную экзаменационную комиссию текста выпускной квалификационной работы, отзыва и рецензий, заключения о проверке текста выпускной квалификационной работы на объем заимствования, в том числе содержательного, выявление неправомерных заимствований, а также иных имеющихся сведений о выпускной квалификационной работе не позднее чем за 2 календарных дня до дня защиты выпускной квалификационной работы.

Окончательный вариант ВКР после защиты хранится на кафедре 5 лет, после чего сдается в архив факультета. Электронный вариант ВКР хранится в учебной части на адаптированном носителе, не имеющем доступа в интернет, являющимся частью электронно-библиотечной системы факультета. Ответственным сотрудником за хранение носителя является заместитель декана по учебной работе, который организует сбор с кафедр текстов ВКР в электронном виде, рецензий и отзывов на ВКР в срок до 1 июня.

Ответственным сотрудником за сбор и хранение ВКР в распечатанном виде, электронных вариантов ВКР, а также за получение отзыва и рецензии, передачи отзыва и рецензии на ознакомление студенту, а также за передачу комплекта материалов после защиты являются заведующие кафедр. Ответственным сотрудником за хранение электронных вариантов ВКР и других материалов по защите на носителе является заместитель декана по учебной работе.

## **8. Порядок защиты выпускной квалификационной работы бакалавра**

Защита выпускной квалификационной работы проводится с целью проверки качества подготовки выпускников, их умений вести публичные дискуссии и защищать научные идеи.

Защита выпускной квалификационной работы проводится на открытом заседании государственной экзаменационной комиссии с участием не менее двух третей ее состава (присутствие председателя государственной экзаменационной комиссии или его заместителя обязательно), научного руководителя, рецензентов (при возможности), а также всех желающих.

Председатель государственной экзаменационной комиссии после открытия заседания объявляет о защите выпускной квалификационной работы, сообщает название работы, фамилии научного руководителя и рецензента и предоставляет слово студенту.

Студент делает краткое сообщение (по установленному в начале заседания регламенту), в котором в сжатой форме обосновывает актуальность темы исследования, ее цели и задачи, излагает основное содержание работы по разделам, полученные результаты и выводы, определяет новизну, а также теоретическую и практическую значимость работы.

По окончании сообщения студент отвечает на вопросы. Затем заслушивают выступления научного руководителя работы и рецензентов (при их отсутствии председатель (заместитель председателя государственной экзаменационной комиссии) зачитывает отзыв и рецензии). После их выступлений выпускнику дается время для ответов на замечания, приведенные в рецензии, а также замечания, сделанные в ходе защиты членами государственной экзаменационной комиссии.

Результаты защиты обсуждаются на закрытом заседании государственной экзаменационной комиссии и оцениваются простым большинством голосов членов комиссии. При равном числе голосов мнение председателя является решающим.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются в конце заседания государственной экзаменационной комиссии в тот же день.

## **9. Критерии оценки выпускной квалификационной работы**

Выпускная работа бакалавра оценивается по следующим критериям:

1. Корректное обоснование актуальности темы.
2. Полнота освещения степени разработанности выбранной темы.
3. Соответствие объекта, предмета, цели и задач содержанию и результатам ВКР.
4. Соответствие методологии и методов эмпирического исследования теме, проблеме и предмету исследования.
5. Правильность обработки данных и интерпретации результатов исследования.
6. Соответствие выводов исследования поставленной цели исследования, его задачам и полученным результатам.
7. Личный вклад автора в разработку выбранной темы, наличие элементов научной новизны, полученные автором.
8. Использование современных научных источников, отвечающих теме исследования.
9. Правильность и аккуратность оформления работы, соответствие оформления установленным требованиям.
10. Представление работы на защите: логика и стиль изложения, понимание вопросов, задаваемых членами государственной экзаменационной комиссии, и адекватность ответов на них.

Уровень подготовки выпускников определяется оценками:

**«Отлично»** - ставится при условии полного соответствия выпускной квалификационной работы всем вышеуказанным критериям.

**«Хорошо»** - ставится при условии полного соответствия выпускной квалификационной работы первым 8 из вышеуказанных критериев, остальные критерии выполнены частично.

**«Удовлетворительно»** - ставится при условии полного соответствия выпускной квалификационной работы критериям 1, 3, 4, 6, 7 из вышеуказанных критериев, остальные критерии выполнены частично.

**«Неудовлетворительно»** - ставится в случае несоответствия работы большинству предъявляемых критериев.

Оценка за выпускную квалификационную работу вносится в зачетную книжку и в протокол заседания государственной экзаменационной комиссии по защите выпускной квалификационной работы.

#### **10. Порядок выдачи диплома (диплома) с отличием государственного образца о высшем образовании.**

По результатам государственной итоговой аттестации государственной экзаменационной комиссией принимается решение о присвоении выпускникам квалификации – «бакалавр менеджмента» (с профилем – Маркетинг) и о выдаче диплома государственного образца о высшем образовании.

Диплом с отличием выдается выпускнику социологического факультета МГУ на основании оценок, вносимых в приложение к диплому, включающих оценки по дисциплинам, курсовым работам, практикам и государственной итоговой аттестации. При этом оценок «отлично», включая оценки по итоговой государственной аттестации, должно быть не менее 75% от общего числа оценок, остальные оценки – «хорошо». Зачеты в процентный подсчет не входят. По результатам государственной итоговой аттестации выпускник должен иметь только оценки «отлично».

Лицо, не прошедшее государственную итоговую аттестацию, может повторно пройти государственную итоговую аттестацию не ранее, чем через год и не позднее, чем через пять лет после срока проведения государственной итоговой аттестации, которая не пройдена обучающимся.



**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Московский государственный университет имени М.В.  
Ломоносова»**

**Социологический факультет**

**Утверждено Учёным Советом  
МГУ имени М.В. Ломоносов**

**Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_**

**Требования,**

предъявляемые к выпускной квалификационной работе студентов МГУ имени М.В. Ломоносова, прошедших обучение по Основной профессиональной образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль – Маркетинг) (уровень бакалавриата)

**Общие положения**

**ВКР** – это результат целенаправленного процесса освоения будущим специалистом мировых и отечественных достижений в области теории и практики какой-либо науки, умений и навыков проведения теоретического и эмпирического исследования. **ВКР бакалавра** имеет целью проверку наличия у будущего специалиста компетенций и квалификационных характеристик, заданных избранным направлением подготовки и направленностью (профилем) ОПОП.

Подготовка ВКР осуществляется под обязательным руководством научного руководителя и по теме, утвержденной на заседании структурного отделения того факультета, где учится студент. Оценку качества ВКР осуществляет государственная экзаменационная комиссия, поэтому готовить ее нужно очень тщательно.

ВКР – это полноценная научно-квалификационная работа, по результатам защиты которой выпускнику высшего учебного заведения присваивается определенная квалификация и выдается диплом (бакалавра или магистра) о высшем образовании государственного образца.

ВКР должна отвечать **всем требованиям**, предъявляемым к научному исследованию - быть актуальной, теоретически и практически значимой и

содержать бесспорные элементы научной новизны. Выпускная квалификационная работа по направлению подготовки «Менеджмент» (профиль – Маркетинг) должна: включать обоснование актуальности выбранной темы; соответствовать современному уровню научных разработок, методическим положениям и рекомендациям по различным областям менеджмента, отраженным в соответствующей литературе; содержать самостоятельные разработки студента, предполагающие возможность осуществления мероприятий, направленных на совершенствование различных областей менеджмента; демонстрировать соответствие предлагаемых решений по совершенствованию различных областей менеджмента тенденциям развития современного управления и маркетинговой системы организации; демонстрировать результативность и конкретность выводов о состоянии изучаемой области менеджмента и предложений, направленных на ее совершенствование и развитие

Экспертами, оценивающими ВКР, учитываются некоторые основные элементы, в которых отражается специфика научно-квалификационных работ, и которые позволяют определить уровень профессиональной квалификации соискателя диплома о высшем образовании.

К ним относятся:

- 1) умение корректно сформулировать тему и проблему своей работы;
- 2) овладение научной литературой по исследуемой теме (проблеме);
- 3) уровень анализа темы (в зависимости от уровня подготовки); прежде всего, сознательное и обоснованное использование необходимых для данной работы исследовательских методов;
- 4) логически грамотное построение всей работы;
- 5) умение формулировать научные результаты проведенного исследования;
- 6) реальные практические рекомендации, вытекающие из исследования.

### **Определение (выбор) темы ВКР**

Правильно выбранная тема во многом определяет успех выполнения ВКР в целом. При выборе темы очень важно обосновать ее актуальность и новизну, а также взвесить реальные возможности ее реализации. Тема должна соответствовать приоритетным направлениям научного подразделения и профилю подготовки. Предварительную формулировку темы и ее обоснование необходимо представить научному руководителю, а затем – согласовать с ним окончательную ее формулировку.

Когда тема ВКР окончательно определена и утверждена, необходимо тщательно спланировать процесс его выполнения. Для этого составляется план-проспект исследования.

План-проспект научного исследования - это короткий документ, где автором предварительно не только обосновываются выбор темы исследования, но и конкретизируется его замысел.

Затем составляется календарный (рабочий) план или график, в котором по датам поэтапно расписывается весь процесс выполнения ВКР,

детализируется перечень работ по каждому из ее разделов.

### **Этапы выполнения ВКР**

Процесс подготовки ВКР работы включает подготовительный, основной и заключительный этапы.

Таблица 1. Этапы выполнения ВКР и их содержание

Название этапа	Основное содержание
Подготовительный этап	выбор темы исследования; поиск и отбор научных источников; знакомство с научными источниками; оформление методологического аппарата; операционализация понятий
Основной этап	систематизация и обработка текстового материала, обобщение и изложение материала, формирование текста научной рукописи; концептуализация исследования, структурирование научной работы
Заключительный этап	подведение итогов исследования, подготовка заключения, обеспечение логической связности всего текста рукописи

### **Объем ВКР**

Научно-квалификационные работы должны отвечать всем признакам научного произведения, то есть, готовиться в соответствии с принципами научности исследования, логикой и методологией научного познания. Но как квалификационные работы – они ограничены по **объему**.

Так, объем рукописи **ВКР бакалавра** составляет обычно 60-70 страниц (без списка литературы и приложений).

### **Структура ВКР**

Основными и неизменными структурными компонентами рукописи любой научно-квалификационной работы, в том числе и ВКР, обусловленными нормативно закрепленными требованиями к ее структуре, являются:

- 1) титульный лист, оформленный строго по общепринятому стандарту (см. Образец оформления титульного листа);
- 2) оглавление, оформленное по определенным правилам;
- 3) методологический аппарат (введение), состоящий из ряда разделов, имеющих четкую последовательность, а также ограничения по содержанию и правилам оформления;
- 4) основная часть (собственно текст), который имеет четкую и детальную рубрикацию;
- 5) заключение;
- 6) список литературы, оформленный в соответствии с действующими государственными стандартами;
- 7) приложение (для отдельных видов квалификационных исследований).

### **Структурирование текста ВКР**

**Структура ВКР** обычно содержит ряд глав и параграфов. При этом серьезная научная работа включает не менее двух глав, состоящих из нескольких параграфов.

При структурировании рукописи ВКР очень важно, чтобы его главы, а

также параграфы были уравновешены по объему. Так, глава обычно занимает около 20-25 (для **ВКР бакалавра**), если работа состоит, например, из **трех глав**, или составляет 35 - 40 страниц (для **ВКР бакалавра**), если работа включает **две главы**. Параграф обычно включает от 10 до 25 страниц текста (в зависимости от уровня ВКР). Большой параграф целесообразно разбивать на подпараграфы.

Структура работы считается плохо скомпонованной, если одна глава занимает 20 страниц, а другая – 50 - 70. Главы объемом менее 25 страниц в ВКР представляются неполновесными.

Важно, чтобы материал глав и параграфов выстраивался в определенную логику: вначале следует давать общую характеристику и анализ проблемы, а затем - обосновывать теоретические позиции и подходы, предлагать возможные способы ее решения.

Первая глава, как правило, содержит теоретический материал. Обычно она называется «литературным обзором», что не следует понимать буквально: в этой главе исследователю необходимо не только описать и систематизировать то, что сделано его предшественниками по данной теме, но и обосновать собственные научные позиции, концептуализировать те понятия, которые предполагается использовать в дальнейшем. Поэтому, как правило, первая глава заканчивается авторской оценкой состояния изученности выбранной темы и выделением тех аспектов, на которых он считает необходимым остановиться.

В теоретической части работы также важно осветить историю развития проблемы. Следует показать, как возникли те или иные концепции, теории, взгляды, в чем заключается их суть.

Содержание второй и последующих глав (если в работе больше двух глав) находятся в зависимости от типа проводимого научного исследования.

**В теоретических исследованиях**, например, важно соблюсти порядок изложения научных фактов, который чаще всего определяется их хронологической последовательностью и смысловой связью друг с другом. В тех случаях, когда предмет или явление раскрывается путем перечисления его признаков и свойств, вначале принято давать общую характеристику описываемого явления, взятого в целом, и лишь затем характеристику отдельных его частей.

**Результаты эмпирического исследования** должны быть представлены в соответствии с правилами, принятыми в менеджменте и маркетинге.

Для эмпирических исследований необходимо охарактеризовать способы анализа и обработки данных. Формат прикладного (проектного) выполнения ВКР предполагает разработку проекта мероприятий, методических рекомендаций, методик или инструментария для различных областей менеджмента с целью их совершенствования или внедрения соответствующих инноваций.

Все разделы основной части ВКР должны быть логически связаны. В то же время, не обязательно в конце каждого параграфа, главы формулировать выводы по пунктам, как это иногда практикуется. Но краткое

резюме, содержащее итог исследования, в конце каждого раздела должно присутствовать. В нем следует четко и ясно показать, что же вытекает из всего изложенного в данном разделе, какие задачи исследования решены. Кроме того, желательно одной фразой обозначить, как эти результаты предопределили содержание следующего раздела.

Хорошее структурирование текста ВКР достигается за счет его **рубрикации**.

Рубрикация отражает логику научного исследования и потому означает четкое подразделение рукописи на отдельные логически соподчиненные части, обозначенные заголовками.

Важно подчеркнуть, что деление текста научной работы на части нельзя производить путем механического расчленения текста. Это следует делать только с учетом логических правил деления понятия.

Суть основного правила такого деления заключается в том, чтобы перечислить все виды делимого понятия. Поэтому объем членов деления должен быть равен в своей сумме объему делимого понятия.

Применительно к рубрикации научной работы это означает, что глава по своему смысловому содержанию должна точно соответствовать суммарному смысловому содержанию относящихся к ней параграфов.

В ВКР **особые требования** предъявляются к смысловому содержанию названий глав и параграфов.

Заголовки глав и параграфов должны точно отражать содержание относящегося к ним текста. Они не должны сокращать или расширять объем смысловой информации, которая в них заключена. Так, не рекомендуется в заголовок включать слова, отражающие общие понятия или не вносящие ясность в смысл заголовка. Не следует включать в заголовок слова, являющиеся терминами узкоспециального или местного характера.

Любой заголовок в научном тексте должен быть по возможности кратким и не должен содержать лишних слов. Однако чрезмерная его краткость тоже нежелательна. Дело в том, что чем короче заголовок, тем он шире по своему содержанию.

В ВКР недопустимы заголовки, состоящие из одного слова. Очевидно, что нельзя также включать в заголовок сокращенные слова и аббревиатуры.

Следует избегать и другой крайности, когда желание исследователя предельно точно передать в заголовке содержание главы приводит к тому, что заголовок занимает несколько строк. Кроме того, **названия отдельных разделов ни в коем случае не должны повторять друг друга, тем более - тему всей работы**. Также недопустимы подзаголовки из нескольких предложений.

Рубрикация текста всегда сочетается с нумерацией - числовым обозначением последовательности расположения его составных частей.

В настоящее время в научных текстах все большее распространение получает сплошная цифровая система нумерации. Такая нумерация начинается с нумерации первой главы основной части работы (первая степень деления), которая состоит из одной цифры, затем - нумерации ее составных частей, или параграфов, (вторая ступень деления) - из двух цифр,

после - нумерации отдельных подразделов в каждом из параграфов (третья степень деления), состоящей из трех цифр и т.д.

Таким образом, практикуется использование только арабских цифр, расположенных в определенных сочетаниях, соответственно, такая система нумерации позволяет не употреблять слово «параграф» и т.п.

Существенно облегчает структурирование научной работы правильная разбивка ее текста на абзацы, которая подчиняется определенным правилам.

1) Абзацы одного параграфа или главы должны быть по смыслу последовательно связаны друг с другом. Число самостоятельных предложений в абзаце может быть различным и колебаться в весьма широких пределах, определяемых сложностью передаваемой мысли.

2) Разбиение на абзацы следует делать так, чтобы в каждом последующем абзаце не терялась смысловая связь с предшествующим текстом.

3) В каждом абзаце следует выдерживать систематичность и последовательность в изложении фактов, соблюдать внутреннюю логику их подачи, которая в значительной мере определяется характером текста.

### **Правила представления методологического аппарата**

Особое место в рамках подготовки ВКР отводится детально описанному и тщательно оформленному методологическому аппарату – **введению**.

Объем **введения** (вводной части) зависит от вида конкретной научной работы, но обычно для **ВКР бакалавра** он не превышает 7 страниц печатного текста.

Как правило, во введении:

- обосновывается актуальность выбранной темы исследования;
- освещается степень ее научной разработанности;
- определяются объект и предмет, цель и задачи исследования;
- выдвигаются гипотезы исследования;
- характеризуются теоретико-методологические основы работы;
- обозначается эмпирическая база исследования;
- конструируются элементы научной новизны;
- определяется научная значимость и практическая ценность исследования;
- указывается апробация научных результатов.

Таблица 2. Последовательность размещения, название и объем подразделов во введении к ВКР бакалавра

№	название	Примерный объем
1	Актуальность темы исследования	1 – 1,5 стр.
2	Степень научной разработанности темы	2 – 2,5 стр.
3	Объект исследования	1 фраза
4	Предмет исследования	1 фраза
5	Цель исследования	1 развернутая фраза
6	Задачи исследования	Ряд перечислений

7	Гипотеза исследования	Несколько фраз
8	Теоретическая база и методологические основы исследования	2-3 абзаца
9	Научная новизна исследования	Несколько пунктов
10	Положения, выносимые на защиту	Не более 0,5 стр.
11	Научная значимость и практическая ценность исследования	2 абзаца
12	Апробация результатов исследования	1-2 абзаца

Первый компонент (подраздел) введения носит название **«актуальность темы исследования»**.

Актуальность темы – это степень ее важности в данный момент и в данной ситуации для решения определенной проблемы (задачи, вопроса). Под **актуальностью исследования** понимается степень его важности в данный момент для решения актуальных проблем в области управленческой и маркетинговой деятельности современных организаций или управленческой науки. Освещение актуальности темы исследования не должно быть пространным. Достаточно на одной - полутора страниц печатного текста показать суть проблемной ситуации, которой обусловлена выбранная тема. В данном разделе уместны ссылки на официальные документы, в которых эта проблемная ситуация предопределена или обоснована необходимость ее разрешения. В конечном счете, автор должен прийти к выводу, что предварить успешное решение проблемы или обосновать его поможет специальное научное исследование, которое он собирается провести.

В следующем подразделе введения, которые носит название **«степень научной разработанности темы»** необходимо детально проанализировать различные научные источники, затрагивающие выбранную тему.

Обычно в этом подразделе исследователь делает краткий обзор литературы, который в итоге должен привести его к выводу, что именно данная тема еще не раскрыта (или раскрыта лишь частично или не в том аспекте) и потому нуждается в дальнейшей разработке. В целом студент должен кратко проанализировать и оценить все, ранее сделанное исследователями данной или близкой к ней темы, определить современное состояние ее изученности. Материалы такого обзора следует располагать в определенной логической последовательности.

Ни одно исследование не является научным, если в нем чётко не определены **объект, предмет, а также цель и конкретные задачи** исследования.

**Объект** научного исследования - это процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию и избранное для изучения. Это определенная часть социально-экономической реальности, которая объективна и не зависит от исследователя. Это могут быть как отдельные государства, организации (коммерческие и некоммерческие), подразделения, социальные общности, так и отдельные управленческие процессы или отношения (например, организационная структура; корпоративная культура,

система мотивации работников, организационные коммуникации).

**Предмет** научного исследования - это та сторона, тот аспект, та точка зрения, с которой исследователь познает целостный объект, выделяя при этом наиболее существенные (с точки зрения исследователя) признаки объекта.

**Цель** исследования - это то, что исследователь в самом общем виде должен или, точнее, намерен достигнуть в итоге научной работы. Следует обратить внимание на то, что цель у работы всегда одна, а ее формулировка должна соответствовать общему содержательному наполнению работы, а также логике исследовательского анализа. Нельзя писать «главная цель исследования», поскольку у специалиста неизбежно возникнет вопрос о наличии других, неглавных целей исследования.

Достижение поставленной в работе цели обычно осуществляется путем решения конкретных задач, данной целью обусловленных. Задачи исследования выступают как частные, по отношению к цели, сравнительно самостоятельные подцели исследования. Задачи исследования обычно формулируются в одном из двух вариантов.

В первом варианте - задачи формулируются как относительно самостоятельные законченные этапы исследования. В данном случае четко просматривается этапная, временная структура построения задач исследования - каждая следующая задача может решаться только на основе решения предыдущей.

Второй вариант является более предпочтительным: задачи также формулируются как относительно самостоятельные, законченные части исследования. Однако при этом жесткая временная последовательность не просматривается. Задачи в этом случае выступают как частные цели (подцели) по отношению к общей цели исследования, заданные, естественно, в конкретных условиях, налагаемых общей логикой исследования. Обычно задачи приводятся в форме перечисления, через дефис, или нумеруются.

Введение обычно включает выдвижение **научных гипотез**, которые необходимо проверить и которые могут быть сформулированы только в результате предварительного анализа изучаемого объекта.

Гипотеза, безусловно, является необходимой частью работы, в которой предполагается проведение эмпирического исследования. В теоретических ВКР гипотезы могут отсутствовать.

Следующий подраздел введения носит название **«теоретическая база и методологические основы исследования»**.

Так, в менеджменте, **теоретическую базу** научной работы обычно составляют:

- 1) труды классиков управленческой науки;
- 2) исследования современных отечественных и зарубежных "гуру" управления, маркетологов, социологов, специалистов по современным коммуникациям;
- 3) новейшие публикации по всем аспектам данной работы.

Показателем компетентности и добросовестности исследователя является сопровождение каждого выделенного компонента им теоретической



базы соответствующими сносками на конкретные научные труды.

**Методологической основой** исследования являются те методологические принципы, приемы и подходы, на которые исследователь опирался в своей работе.

Обязательным компонентом введения к научной работе, содержащей результаты эмпирических исследований, является также указание на **эмпирическую базу исследования**.

Важнейшим элементом введения является выделение элементов **научной новизны** исследования. Конструирование научной новизны – основополагающий момент любого научного поиска, определяющий весь процесс научного творчества ученого.

Элементы новизны научного исследования представляются по-разному. В их числе новый уровень обобщения накопленного научного материала либо описание новых явлений, процессов или эмпирических данных. Также может быть показана возможность успешного использования методов, способов, инструментов исследования уже достаточно разработанной темы, позволивших получить новые результаты.

Элементы новизны могут быть выражены в самых различных формулировках. Однако формулировки и предложения с термином впервые должны употребляться взвешенно и осторожно, нельзя быть абсолютно уверенным в том, что все без исключения или хотя бы некоторые позиции созданы автором и звучат в данном аспекте действительно в первый раз.

Таблица 3. Элементы научных исследований по менеджменту, новизна которых обычно не вызывает сомнений.

1.	новые или усовершенствованные критерии оценки исследуемых управленческих процессов, основанные на индикаторах, полученных эмпирическим путем
2.	впервые поставленные и решенные практически управленческие проблемы, обнаружение нового факта; обоснование решения поставленной проблемы
3.	новые зарубежные или отечественные концепции, впервые привлекаемые для решения теоретических задач
4.	введение в научный оборот новых данных, подтверждение известного факта для новых условий
5.	адаптация известной теории, концепции модели или методики для новой проблемы или нового объекта
6.	систематизация отечественного и/или зарубежного опыта решения управленческих задач
7.	сравнительный анализ практики управления в разных странах, отраслях, организациях; разработка управленческого или маркетингового проекта и его внедрение
8.	разработанные автором оригинальные методики и рекомендации для конкретной организации

Следующий раздел введения, который должен обязательно присутствовать в научно-квалификационных работах - **положения, выносимые на защиту**.

В этом разделе исследователь должен дать ответ на вопрос: что

является предметом защиты? Есть два варианта написания этого раздела.

Вариант первый: перечисляются основные положения (выводы) научной работы, выраженные в форме некоторой совокупности трех-пяти определенных утверждений. Другой вариант заключается в том, что этот раздел формулируется путем перечисления определенных, созданных исследователем конструкций. Тогда «на защиту» могут быть вынесены: принципы (совокупность принципов); обоснование чего-либо; условия, (группы условий) осуществления чего-то; модель; схема; методы (методические приемы, совокупность методических приемов) чего-то; средства (комплекс средств) осуществления чего-то; механизм чего-то; критерии (совокупность критериев) чего-то и т.д.

Неотъемлемый раздел методологического аппарата - **«научная значимость и практическая ценность исследования»**.

Обычно научная значимость проведенного исследования заключается в возможности использования его основных выводов в дальнейшей разработке актуальных проблем теории и методологии какой-либо науки, различных ее отраслей. Отдельные положения исследования могут быть значимы для разработки принципов построения современного научного знания в целом.

Практическое значение научных исследований часто определяется тем, что их материалы содержат теоретические и фактические сведения, рекомендации, которые могут быть использованы различными заинтересованными структурами.

В последнем подразделе введения **«апробация результатов исследования»** указывается, где (как) были или будут конкретно представлены его основные результаты.

### **Редактирование и оформление ВКР**

Текст ВКР должен быть тщательно вычитан и отредактирован. Грамматические, стилистические ошибки, смысловые повторы, тавтологии, словесные бессмыслицы и неряшливости в тексте ВКР не допускаются.

Трудно рекомендовать какую-либо одну, унифицированную методику редактирования текста - в специализированных справочниках предложены различные методики, поэтому целесообразно предложить лишь некоторую последовательность этапов содержательной работы над окончательным вариантом этого научного труда.

Во-первых, проводят проверку орфографии, пунктуации и согласования слов в предложениях. Хотя в настоящее время такую проверку существенно облегчает компьютер, полностью полагаться на него не следует. Если возникают сомнения в орфографии или пунктуации, которую предлагает компьютер, следует обратиться к специализированным словарям и учебникам.

После проверки орфографии на компьютере нужно распечатать этот вариант текста, внимательно вычитать его, при необходимости воспользовавшись словарями, и внести все правки в компьютер.

Во-вторых, проверяют, насколько заглавие всей работы и заглавия ее глав и параграфов соответствуют их содержанию, то есть, уточняют композицию научного произведения, расположение материалов и их

рубрикацию.

В-третьих, проверяют убедительность аргументов в защиту своих научных положений.

В-четвертых, дорабатывают введение и заключение.

В-пятых, проводят окончательное редактирование всего текста рукописи.

В первую очередь, необходимо проверить реальные свойства содержательной и формальной сторон научного текста. Это так называемые коммуникативные качества речи (логичность, правильность, точность, чистота и т.п.), которые выделяют на основе соотношения речи и неречевых структур, таких как язык, мышление, сознание, действительность.

**Окончательное редактирование текста ВКР** также может включать следующие операции:

- редактирование с точки зрения ясности - все неясные, неоднозначные места, если нет возможности их изложить понятно, следует исключить из текста;

- редактирование с точки зрения конкретности - все тезисы работы должны быть конкретны, нужно избегать расплывчатых формулировок, необудительных утверждений и т.п.;

- редактирование с точки зрения краткости - из текста исключают все повторы, а чрезмерно длинные фразы трансформируют в краткие и ясные.

В целом на стадии редактирования научного труда проверяется каждое слово и предложение, оценивается каждый вывод, правильность композиционного построения и логическая связность работы.

Когда все разделы научной рукописи окончательно доработаны и отредактированы, начинается **завершающий этап** ее подготовки.

На этом этапе текст рукописи должен быть **унифицирован и отформатирован**.

Унификация текста рукописи с помощью компьютера означает, что весь основной текст рукописи должен быть выполнен одной из распространенных гарнитур - шрифтов (например, Times New Roman), 14 кеглем. Форматирование текста предполагает его выравнивание «по ширине», установление отступа первой строки (12,7 мм), межстрочного интервала (полуторный) и параметров страницы.

Параметры страницы задаются следующим образом: верхнее поле – 20 мм, нижнее поле – 20 мм, левое поле - 30 мм, правое - 10 мм. Данные параметры следует применить ко всему тексту. При таких полях каждая страница должна содержать приблизительно 1800 знаков (30 строк по 60 знаков в строке, считая каждый знак препинания и пробел между словами также за печатный знак).

Все сноски и подстрочные примечания помещают на той странице, к которой они относятся. При этом сноски выполняются тем же шрифтом, что и основной текст, только меньшим, 11 кеглем. Межстрочный интервал для сносок - одинарный.

Затем проводится сплошная нумерация текста. Страницы следует нумеровать арабскими цифрами. Нумерация страниц обычно ставится

вверху, от центра.

Рукопись ВКР начинается с титульного листа, оформленного строго по образцу. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц. Однако номер страницы на титульном листе не проставляют.

После титульного листа, следует оглавление научной работы. Оно начинается со второй страницы. Последнее слово каждого заголовка, размещенного в оглавлении, соединяют отточием с соответствующим ему номером страницы в правом столбце оглавления.

Каждый основной раздел ВКР (введение, главы, заключение, список литературы), начинается с новой страницы. Названия этих разделов выполняются прописными буквами и полужирным шрифтом.

Иллюстрации, включенные в текст, но расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию страниц текста научной работы.

**Расстояние** между названием главы и параграфом составляет три интервала, между отдельными параграфами - полтора интервала. Расстояния между основаниями строк заголовка принимают такими же, как в тексте. Заголовки одинаковых ступеней рубрикации необходимо располагают друг под другом. Заголовки каждой последующей ступени смещают на три - пять знаков вправо по отношению к заголовкам предыдущей ступени. Все заголовки начинают с прописной буквы, точку в конце заголовка не ставят. Подчеркивать заголовки и переносить слова в заголовке не допускается.

Фразы, начинающиеся с новой (красной) строки, печатают с абзацным отступом от начала строки, равным 12,7 мм.

Когда компьютерные верстка научной рукописи готова, ее следует распечатать на принтере на одной стороне стандартного листа писчей белой бумаги формата А 4 (210 x 297 мм.). Распечатанные тексты следует внимательно просмотреть на предмет ошибок и других погрешностей (часто они связаны со спецификой работы компьютера).

Поскольку текст содержится в памяти компьютера, то при обнаружении ошибок или погрешностей следует внести изменения и распечатать страницу заново. Исправления от руки в принципе допускаются, лишь когда рукопись уже переплетена – их четко вписывают черными чернилами (пастой) над исправляемыми буквами, знаками; Можно также поправки наклеивать на неправильные буквы, знаки и слова; при этом исправляемые буквы, знаки, слова должны быть зачеркнуты, а поправки не должны отклеиваться.

Однако в настоящее время научная работа, в тексте которой много правок, сделанных от руки, расценивается либо как свидетельство неряшливости, либо поспешности выполнения работы, а хуже - неграмотности автора.

### **Представление ВКР к защите**

ВКР, как и все научно-квалификационные работы, должна быть защищена в ходе публичного научного мероприятия - защиты. Эта защита носит характер научной дискуссии и происходит в обстановке принципиальности и соблюдения научной этики, при этом обстоятельному

анализу должны подвергаться достоверность и обоснованность всех выводов и рекомендаций научного и практического характера, содержащихся в дипломной работе.

Когда ВКР, по мнению студента, завершена, ее текст необходимо представить научному руководителю. Как правило, научный руководитель, внимательно ознакомившись с содержанием такой работы, принимает решение о возможности ее рекомендации к защите, которое оформляет в специальном «отзыве научного руководителя». В то же время, он делает предложения, например, по улучшению структуры работы, конкретизации отдельных положений и выводов, вносит редакционные правки и т.п. Все замечания научного руководителя необходимо учесть и тщательно доработать рукопись в соответствии с ними. Только после этого на титульном листе рукописи ВКР он ставит отметку «К защите».

**Образец оформления титульного листа ВКР бакалавра**  
**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**имени М.В. ЛОМОНОСОВА**  
**СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

*На правах рукописи*

**Иванов Иван Иванович**

**Управление ассортиментной политикой: маркетинговые  
приоритеты в социальном контексте**

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»  
(профиль «Маркетинг») (уровень высшего образования – бакалавриат)

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

Научный руководитель:  
доктор социологических наук,  
профессор С.А. Барков

Москва – 2020