

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

**Социологический факультет**

**УТВЕРЖДАЮ**

Декан

\_\_\_\_\_ Н.Г.Осипова

« 26 » декабря 2017 г.

Утверждена решением № 11  
Ученого совета  
социологического факультета МГУ  
от « 26 » декабря 2017 г.

**ПРОГРАММА**

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

Составители:

д. псих. н., профессор Темнова Л.В;

д.соц.н., профессор Барков С.А.

к. э. н., доцент Зырянов В.В.;

к. соц. н., доцент Трофимов С.В.

к.соц.н., доцент Маркеева А.В.

Москва, 2017

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 2017 года протокол № 11.

## **1. Пояснительная записка**

Программа итоговой государственной аттестации выпускников по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль – Маркетинг) (уровень бакалавриат) 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»;

- Положения об государственной итоговой аттестации выпускников высших учебных заведений Российской Федерации, утвержденным приказом Минобрнауки России от 29.06.2015 года № 636;

- 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;

– 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;

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

Выпускник МГУ имени М.В. Ломоносова, завершивший подготовку по направлению подготовки «Менеджмент» (профиль – Маркетинг) (уровень бакалавриат), должен обладать следующими компетенциями.

### **Общекультурные компетенции:**

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

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

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

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-4);

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);

способностью использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций (ОК-9).

### **Общепрофессиональные компетенции:**

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

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

способностью 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);

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

владением 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);

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

способностью 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:**

#### **организационно-управленческая деятельность:**

владением 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);

владением 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);

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

умением 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);

способностью 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);

владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением 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);

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

**информационно-аналитическая деятельность:**

способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9);

владением навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления (ПК-10);

владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов (ПК-11);

умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12);

умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13);

умением применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета (ПК-14);

умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-15);

владением навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов (ПК-16);

**предпринимательская деятельность:**

способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);

владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-18);

владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-

плана всеми участниками (ПК-19);

владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур (ПК-20).

## **2. Цель и задачи итоговой государственной аттестации**

Целью итоговой государственной аттестации является установление уровня подготовки выпускника высшего учебного заведения к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям ФГОС ВО.

Государственная итоговая аттестация предназначена для определения объективной оценки уровня теоретических знаний и практических навыков студента, соответствия степени его подготовленности к выполнению профессиональных задач. Задачами итоговой государственной аттестации является определение уровня сформированности общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных выпускника.

## **3. Требования к организации и проведению итоговой государственной аттестации**

Итоговая государственная аттестация выпускников бакалавриата по направлению «Менеджмент» (профиль – Маркетинг) включает защиту выпускной квалификационной работы (далее – ВКР) и государственный экзамен, имеющий междисциплинарный характер.

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.

---

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



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

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 итоговой государственной 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 на заседаниях Ученого совета факультета и подписанные председателем государственной экзаменационной комиссии;
- сводные ведомости о выполнении студентами учебного плана;
- протоколы заседания государственных комиссий о приеме итоговых экзаменов, защите выпускных квалификационных работ и присвоении квалификации;

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.

Диплом с отличием выдается выпускнику Университета на основании оценок, вносимых в приложение к диплому, включающих оценки по

дисциплинам, курсовым работам, практикам и итоговой государственной аттестации. По результатам итоговой государственной аттестации выпускник должен иметь только оценки «отлично». При этом оценок «отлично», включая оценки по итоговой государственной аттестации, должно быть не менее 75%, остальные оценки – «хорошо». Зачеты в процентный подсчет не входят.

#### **4. Содержание 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, базовых и специальных дисциплин, предусмотренных учебным планом по данному направлению подготовки и определяющих в совокупности формирование профессионального облика выпускника.

Междисциплинарный экзамен по направлению «Менеджмент» (профиль – Маркетинг) включает в себя включены вопросы, касающихся основных профессиональных дисциплин.

Программа содержит список рекомендуемой литературы и перечень вопросов к итоговой аттестации.

## 5. Вопросы для подготовки к государственному экзамену по «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, 2015.
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, 2011.
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. *Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф.* Основы менеджмента. – М.: Вильямс, 2011.
  11. *Минцберг Г.* Менеджмент: природа и структура организаций глазами гуру. М.: Эксмо, 2009.
  12. *Моргунов В.И., Моргунов С.В.* Международный маркетинг. – М.: Дашков и Ко, 2017.
  13. Организационное поведение: учебник и практикум для академического бакалавриата / под ред. С.А.Баркова. М.: Юрайт, 2015.
  14. *Пивоваров С.Э., Максимцев Н.А., Тарасевич Л.С.* Международный менеджмент. – СПб.: Питер, 2013.
  15. *Питерс Томас Дж.* Вау!-проекты. Как превратить любую работу в проект, который имеет значение. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013
  16. *Пригожин А.И.* Социология организаций. – М.: Ленанд, 2015.
  17. *Риддерстрале Й., Нордстрем К.* Караоке-капитализм. Менеджмент для человечества. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008
  18. Управление человеческими ресурсами/ под ред. С.А.Баркова, В.И.Зубкова (в 2-х томах). – М.: ЮРАЙТ, 2016.
  19. *Хаммер М., Чампи Дж.* Реинжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010.
  20. *Хилл Ч.* Международный бизнес. – СПб.: Питер, 2013.
  21. *Хэнди Ч.* По ту сторону уверенности. О новом мире внутри и вокруг организаций. – СПб.: Питер, 2002.
  22. *Шейн Э.* Организационная культура и лидерство. – СПб.: Питер, 2011.

### **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. *Богданов А.А.* Тектология: Всеобщая организационная наука. М., 2003.
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. Минцберг 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. Тульчинский 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. Хэнди Ч. Слоны и блохи: Будущее крупных корпораций и мелкого бизнеса. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.

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.spb.ru> - Журнал «Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 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-executive.ru/> - Портал «Сообщество менеджеров»

<http://www.bossmag.ru> - Журнал «БОСС. Бизнес: Организация, Стратегия, Системы». Аналитическое бизнес-издание. Раздел «Профессия – Босс»

<http://uftp.ru> - Международный журнал «Проблемы теории и практики управления»

<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://socialmarketingjournal.com/> - Журнал «Социальный маркетинг»

<http://www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/jhome/110483937> - Journal of Consumer Behavior

[www.marketingpro.ru/](http://www.marketingpro.ru/) - Журнал «Маркетинг PRO»

<http://www.mckinsey.com/> - Отчеты консалтинговой компании MCKinsey

<http://www.nielsen.com/> - Отчеты консалтинговой компании AC Nielsen

## **6. 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 видом государственной итоговой аттестации выпускников. К государственной итоговой аттестации допускается приказом по структурному подразделению 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 устанавливается 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.

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

Форма проведения итогового государственного междисциплинарного 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 заседаниях Ученого совета факультета не позднее, чем за 6 месяцев до проведения государственной итоговой аттестации.

Государственные итоговые экзамены проводятся на закрытых 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 пунктом 14 «Положения об итоговой аттестации в МГУ», а также средств связи в соответствии с пунктом 5 указанного Положения, 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 и 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.

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

При оценке ответов на итоговом экзамене учитываются:

- полнота освещения вопроса
- глубина понимания вопроса (демонстрация системы знаний);
- умение применять полученные знания к решению практических управленческих задач

Уровень подготовки выпускников определяется оценками:

**Отлично»** - ставится, если выпускник:

- полностью ориентируется в предмете,
- демонстрирует системные глубокие знания и понимание всего программного материала,
- владеет системой управленческих понятий и категорий,
- умеет применять знание теории к решению профессиональных управленческих и маркетинговых задач;
- грамотно и логично строит свой ответ;
- подтверждает теоретические постулаты примерами из управленческой практики;
- участвует в диалоге по освоенному материалу.

**«Хорошо»** - ставится, если выпускник:

- полностью ориентируется в предмете,
- твердо знает программный материал,
- грамотно и логично излагает ответ,
- определяет основные понятия, но при объяснении функций понятий испытывает затруднения;
- подтверждает теоретические постулаты примерами из управленческой практики;
- не допускает существенных пробелов в ответе, но способен вести только простой диалог: «вопросы-ответы».

**«Удовлетворительно»** - ставится, если выпускник:

- ориентируется в предмете не полностью,
- знает только основной материал, но не усвоил деталей,
- способен дать определение основным понятиям, но не может сформировать систему понятий;

- не может подобрать адекватные примеры из управленческой практики, подтверждающие теоретические положения;
- испытывает затруднения в поиске ответов на вопросы,
- требует в отдельных случаях наводящих с вопросов.

**«Неудовлетворительно»** - ставится, если ответ выпускника не соответствует большинству критериев оценки.

## **8. Цель и задачи выпускной квалификационной работы как основной части итоговой государственной аттестации**

Выпускная квалификационная работа (далее - ВКР) является обязательным видом итоговых аттестационных испытаний.

Выполнение выпускной квалификационной работы, на основе которой государственная аттестационная комиссия решает вопрос о присуждении квалификации «бакалавр менеджмента», является заключительным этапом обучения студента при условии успешной сдачи междисциплинарного экзамена.

Цель выпускной квалификационной работы - выявление уровня профессиональной эрудиции выпускника, его методической подготовленности, углубление знаний и навыков студента в области менеджмента в процессе самостоятельного решения комплексной задачи, требующей согласованного рассмотрения экономических, организационных, правовых и управленческих вопросов.

Для достижения поставленной цели в процессе работы над бакалаврской работой решаются следующие задачи:

- закрепление теоретических знаний выпускника в области общепрофессиональных управленческих и специальных дисциплин, формирование широты кругозора и общей культуры выпускника;
- развитие навыков самостоятельной работы с вторичной и первичной информацией, методическими материалами и литературой;
- закрепление умения выпускника применять на практике специальные знания при решении конкретных проблем организации, действующей в конкретной социально-экономической среде;
- закрепление умения выпускника обобщать факты и полученные при анализе различных источников информации и на их основе формулировать выводы и разрабатывать обоснованные предложения и рекомендации по совершенствованию деятельности организаций

ВКР по направлению 38.03.03 «Менеджмент» (профиль – Маркетинг) представляет собой законченную разработку, в которой автор должен продемонстрировать широту и глубину знаний, навыки самостоятельной работы, умения решать сложные задачи в области менеджмента, а также

способность обосновать и защитить свои решения перед государственной аттестационной комиссией по приему защиты выпускных квалификационных работ ВКР бакалавра – это форма систематизации и обобщения знаний, полученных выпускником в процессе обучения, реализации и развития исследовательских и практических навыков в области общего менеджмента и маркетинга, подтверждающих его профессиональный выбор. ВКР является демонстрацией способностей выпускника к самостоятельному решению поставленной 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.

Бакалавр в ВКР демонстрирует:

- навыки работы с научной литературой, информационную компетентность (ориентацию в источниках информации, в т. ч. умение работать с научной литературой),

- 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,

- приобретает опыт в написании научного текста (в том числе, в оформлении научной работы в соответствии с существующими стандартами),

- понимание культуры научного текста, принципов его написания, норм и правил оформления ВКР.

- готовность к публичной защите научных идей, предложений, рекомендаций.

## **9. Требования к выпускной квалификационной работе**

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

Обязательные требования к содержанию, структуре, формам представления и объему ВКР устанавливаются Ученым советом факультета на основе ФГОС ВО, Положения о выпускных квалификационных работах студентов МГУ.

Общие требования к выпускной квалификационной работе:

- самостоятельность исследования;
- краткость названия, точно отражающего содержание работы;
- четкость построения;
- логическая последовательность изложения материала;
- убедительность аргументации;
- краткость и точность формулировок, исключающих возможность субъективного и неоднозначного толкования;
- конкретность изложения результатов работы;
- доказательность выводов и обоснованность полученных результатов.

Содержательные требования к выпускной квалификационной работе по направлению подготовки «Менеджмент» (профиль – Маркетинг). Бакалаврская работа должна отвечать следующим основным требованиям:

- 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.

Объем ВКР, как правило, должен быть в пределах 50 - 80 страниц стандартного печатного текста (не включая приложения).

Конкретные требования к ВКР в соответствии со спецификой основной образовательной программы высшего профессионального образования разрабатываются выпускающими кафедрами.

**Требования к оформлению выпускных квалификационных работ:**



Выпускная квалификационная работа представляется в печатном виде на русском языке. Изложение текста и включенные иллюстрации и таблицы должны соответствовать общепринятым требованиям к научным работам<sup>2</sup>.

ВКР должна быть сброшюрована и переплетена.

Текст работы начинается с титульного листа (*Приложение 1*).

На следующей странице дается оглавление работы с перечислением написанных глав, параграфов, разделов, приложений с указанием страниц.

Оглавление должно включать все заголовки, имеющиеся в работе. Формулировка их должна точно соответствовать содержанию работы, быть краткой, четкой, последовательно и точно отражать ее внутреннюю логику.

Все листы работы, начиная с введения, нумеруются. Нумерация страниц должна быть сквозной. Список литературы также необходимо включать в сквозную нумерацию.

Структура ВКР: введение, главы с делением на параграфы, заключение, список литературы (библиография) и приложение – каждый из разделов ВКР начинается с новой страницы. В начале каждого заголовка ставится соответствующий номер.

Выпускные квалификационные работы могут включать различные графические иллюстрации (карты, графики, схемы, таблицы, рисунки, фотоиллюстрации и т.п.). Они размещаются сразу же после ссылки на них в тексте работы, а при большом количестве их можно помещать в конце работы. Каждая иллюстрация сопровождается подписью.

Допускаются приложения к ВКР в виде аудио-, видео- и др. материалов, мультимедийных презентаций и т.п.

На источники и литературу, к которым выпускник обращается в тексте, делаются подстрочные ссылки (внизу страницы, под чертой). Ссылки делаются не только в случае прямого цитирования, когда автор ВКР дословно приводит заключенный в кавычки текст документа, но и когда излагаются тезисы, приводятся новые факты, цифровой материал, другие сведения, взятые из источников и литературы, однако передаваемые своими словами. Отсутствие ссылок в тех случаях, когда они должны быть, ведет к снижению оценки работы.

Список литературы (Библиография) является важной составной частью ВКР и отражает степень изучения проблемы. Рекомендуется алфавитный способ расположения материала в списке. Литература группируется по алфавиту фамилий авторов и заглавий книг и статей, отдельно в русском и латинском алфавитах, работы авторов-однофамильцев – по алфавиту инициалов. Библиографическое описание нормируется общероссийским стандартом ГОСТ Р 7.05-2008 и правилами, принятыми в ведущих (рецензируемых) научных изданиях.

---

<sup>2</sup> Рукописи выпускных квалификационных работ следует оформлять по правилам, установленным государственным стандартом для оформления научно-технической документации, научных статей и отчетов. Они введены различными статьями «ГОСТ» и системой СИБИД — стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Основной документ: «ГОСТ 7.32-91 (ИСО 5966-82). Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления».

Методические рекомендации по оформлению ВКР представлены в *Приложении 3*.

## **10. Требования к организации и проведению защиты выпускной квалификационной работы.**

Тематику ВКР разрабатывают преподаватели профильных кафедр факультета, задействованных в обеспечении ОПОП, 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), сфере профессиональных и научных интересов научного руководителя.

Студенту предоставляется право выбора темы вплоть до предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки.

Руководителями ВКР назначаются высококвалифицированные специалисты из числа профессоров, доцентов и старших преподавателей факультета, имеющие ученые степени и (или) звания

Функции научного руководителя:

- практическая помощь студенту в выборе темы ВКР,
- разработке плана и графика выполнения работы;
- содействие в выборе методик исследования;
- рекомендации по подбору литературы и фактического материала;
- систематический контроль за ходом выполнения ВКР в соответствии с разработанным графиком;
- квалифицированные консультации по содержанию, структуре и оформлению работы; проверка ВКР по частям и в целом;
- оценка качества работы студента над ВКР в письменном отзыве.

Темы ВКР и кандидатуры научных руководителей обсуждаются на заседании деканата факультета с учетом мнения студентов и с согласия руководителей, а затем утверждаются на Ученом совете факультета. На основании решения Учёного совета готовится проект приказа об утверждении тем и научных руководителей ВКР.

Утверждение тем проводится не позднее, чем за 9 месяцев до начала государственной итоговой аттестации.

Все изменения в формулировке темы и в руководстве ВКР проводятся приказом декана по представлению научного руководителя не позднее чем за шесть месяцев до начала государственной итоговой аттестации.

После утверждения темы и назначения научного руководителя приказом декана факультета студент совместно с руководителем разрабатывает календарный план выполнения работы (*Приложение 2*) и представляет его для утверждения в учебную часть.

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

Чистовой вариант выпускной квалификационной работы с визой научного руководителя должен быть подготовлен не позднее, чем за 14 дней до защиты, представлен на экзамене по преддипломной практике и доступен для ознакомления в структурном подразделении МГУ.

На этапе подготовки государственной итоговой аттестации структурное подразделение обеспечивает проверку текстов выпускных квалификационных работ на объем заимствования, в том числе содержательного, выявление неправомерных заимствований.

Выпускные квалификационные работы по программам бакалавриата подлежат рецензированию, для чего ВКР направляется двум рецензентам. Хотя бы один из рецензентов должен иметь звание доцента или профессора и/или научную степень кандидата или доктора социологических, экономических или родственных наук. Если выпускная квалификационная работа имеет междисциплинарный характер, она направляется нескольким рецензентам по соответствующим направлениям подготовки.

Если выпускная квалификационная работа имеет междисциплинарный характер, она направляется нескольким рецензентам по соответствующим специальностям.

Каждый рецензент проводит анализ выпускной квалификационной работы и представляет в государственную экзаменационную комиссию письменную рецензию на указанную работу (далее - рецензия). Структурное подразделение МГУ обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом руководителя и рецензиями не позднее чем за 5 календарных дней до дня защиты выпускной квалификационной работы.

Структурное подразделение МГУ 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 в государственную экзаменационную комиссию не позднее чем за 2 календарных дня до дня защиты выпускной квалификационной работы.

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 в государственную экзаменационную комиссию 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 продолжительностью до 5 минут, в котором в сжатой форме обосновывает актуальность темы исследования, ее цели и задачи, излагает основное содержание работы по разделам, полученные результаты и выводы, определяет 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 сделанные в ходе защиты членами государственной экзаменационной комиссии.

Продолжительность защиты выпускной квалификационной работы составляет, как правило, не превышает 20 - 30 минут.

Результаты защиты обсуждаются на закрытом заседании государственной экзаменационной комиссии и оцениваются простым большинством голосов членов комиссии. Научный руководитель и рецензент пользуются правом совещательного голоса, если они не являются членами государственной экзаменационной 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.

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

1. Актуальность темы.
2. Самостоятельность автора при структурировании работы, формулировании выводов и рекомендаций, новизна работы.
3. Соответствие цели (или целей) содержанию и результатам ВКР
4. Практическая и теоретическая значимость работы;
5. Качество эмпирической базы и соответствие применяемых методик
6. Правильность обработки данных и интерпретации результатов исследования.
7. Соответствие выводов исследования поставленным задачам и полученным результатам.
8. Правильность и аккуратность оформления работы, соответствие оформления установленным требованиям.

9. Использование современных источников литературы, раскрывающих содержание темы.

10. Навыки публичной дискуссии и защиты научных идей, предложений и рекомендаций.

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 не менее 8 из вышеуказанных критериев, остальные критерии выполнены частично.

**«Удовлетворительно»** - ставится при условии полного соответствия выпускной квалификационной работы не менее 6 из вышеуказанных критериев, остальные критерии выполнены частично.

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

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

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

*Образец оформления титульного листа*



**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
имени М.В. ЛОМОНОСОВА**

**СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**Кафедра экономической социологии и менеджмента**

---

*На правах рукописи*

**Выпускная квалификационная работа на тему:  
«название темы»**

---

Направление подготовки  
38.03.02 – Менеджмент (профиль – Маркетинг)

Выполнила  
студентка 4 курса  
Дневного отделения:  
ФИО бакалавра

**Научный руководитель:**  
Степень, звание, должность,  
ФИО.

Москва, 2018

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

**КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН-ГРАФИК**  
**написания и оформления выпускной квалификационной работы**

(фамилии, имя, отчество студента)

\_\_\_\_\_ формы обучения, \_\_\_\_\_ курса, \_\_\_\_\_ группы

Направление : \_\_\_\_\_ *Менеджмент (профиль – Маркетинг)* \_\_\_\_\_

№ п. п.	Мероприятия по выполнению работ	Сроки выполнен ия	Отметка о фактическом выполнении
1.	Подбор литературы, ее изучение и обработка. Составление библиографии по основным источникам.		
2.	Обсуждение концепции ВКР.		
3.	Составление плана ВКР и согласование его с руководством.		
4.	Накопление, систематизация и анализ практических материалов.		
5.	Написание и представление на проверку первой главы.		
6.	Разработка и представление второй главы.		
7.	Разработка и представление третьей главы.		
8.	Согласование выводов и предложений.		
9.	Переработка (доработка) ВКР в соответствии с замечаниями.		
10.	Оформление и брошюрование в твердый переплет.		
11.	Предоставление на кафедру для рецензии.		
12.	Подготовка тезисов доклада для защиты.		
13.	Заключение кафедры.		
14.	Завершение подготовки к защите.		

Студент

\_\_\_\_\_ (фамилия, имя, отчество)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

## ОФОРМЛЕНИЕ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ

### 1. Титульный лист

Титульный лист оформляется на типовом бланке и включает наименование вуза, в котором выполняется работа; наименование кафедры, на которой выполнена работа; название темы работы; фамилию, имя, отчество студента; направление подготовки; форму обучения; фамилию, имя, отчество, ученое звание и должность научного руководителя; город и год выполнения работы.

### 2. Содержание

Слово «содержание» записывают в виде заголовка симметрично тексту прописными буквами. В содержании работы указывается перечень всех глав и разделов работы, а также номера страниц, с которых начинается каждый из них. Главы должны иметь порядковые номера, обозначенные арабскими цифрами без точки. Разделы каждой главы должны иметь нумерацию в пределах каждой главы. Номер раздела в выпускной работе состоит из номера главы и непосредственно номера параграфа в данной главе, отделенного от номера главы точкой (см. образец 1).

Наименование глав записывают в виде заголовков строчными буквами (кроме первой прописной) симметрично относительно текста без подчеркивания. Наименование разделов записывают в виде заголовков (с абзаца) строчными буквами (кроме первой прописной) также без подчеркивания. Переносы слов в наименовании глав и разделов не допускаются, точку в конце наименования не ставят. Если наименование главы или раздела состоит из двух предложений, их разделяют точкой.

При написании работы ее необходимо рационально структурировать. Основная часть должна состоять из двух глав: одна посвящена анализу литературы по проблеме, а другая — описанию эмпирического исследования. Обзор заголовков глав и разделов уже должен характеризовать определенную логику, использованную в работе. Главное требование к научному тексту — последовательность и логичность изложения. При этом следует помнить, что слишком большие разделы (более 9 страниц) затрудняют понимание читателем логики вашего изложения. Однако слишком короткие подразделы (менее 5 страниц) также нецелесообразны. Количество разделов в главе должно быть не менее трех, но не более 5.

Текст ВКР печатается на одной стороне стандартного листа белой бумаги формата А 4. При печати необходимо оставлять поля: левое — не менее 30 мм, правое не менее 15 мм, верхнее — не менее 20 мм, нижнее — не менее 25 мм. Номер шрифта – 14. Междустрочный интервал – полуторный. Страницы следует нумеровать арабскими цифрами. Нумерация страниц работы начинается с титульного листа, при этом соблюдается



сквозная нумерация по всему тексту. На титульном листе номер страницы не ставится. Нумероваться страницы должны внизу листа по центру.

### 3. Введение

ВКР начинается с раздела «Введение». Во «Введении» обосновывается актуальность работы, демонстрируется степень разработанности проблемы, формулируются объект, предмет, цель, задачи, гипотезы своего исследования. Необходимо также описать используемые методы, обосновать теоретико-методологическую и практическую базы исследования, его новизну, охарактеризовать практическую значимость работы и ее структуру. Каждый из перечисленных пунктов описывается, начиная с нового абзаца, но не нумеруется и не оформляется в виде заглавия. Объем «Введения» составляет примерно 5 страниц.

В подразделе «Актуальность» автор ВКР должен продемонстрировать научную и социальную осведомленность, привести веские аргументы в пользу разработки данной темы. В данном разделе в сжатом виде формулируется проблема исследования, дается интерпретация понятиям, используемым в названии работы. Кратко указываются практические и теоретические проблемы, которые могут быть решены на основе исследования. По сути, в «Актуальности» автор аргументированно отвечает на следующие вопросы:

- почему автор избрал именно данную тему для ВКР;
- какие вопросы, связанные с данной темой, по мнению автора, остаются в настоящий период неразрешенными.

Объем «Актуальности» может составлять одну - три страницы.

Подраздел «**Степень разработанности проблемы**» призван выявить опыт исследования избранной автором проблемы, существующий в отечественной и зарубежной научной литературе. В рамках ВКР данный подраздел представляет собой краткий обзор научных трудов, исследований и разработок, связанных с ее темой. При этом обзор должен быть структурирован в соответствии с теми проблемами, аспектами и ракурсами, которые уже были выявлены и исследованы в процессе получения знаний по обозначенной автором теме. В изложении этих сведений следует соблюдать хронологическую последовательность и делать ссылки на труды упоминаемых в тексте авторов. Завершая данный подраздел, необходимо указать, какие из вопросов, связанных с темой ВКР, нуждаются в уточнении и разрешении в настоящий период. Далее автор кратко резюмирует сведения о проблемной ситуации, выражающей необходимость изучения какой-либо управленческой проблемы с целью повлиять на ее эффективное разрешение. Работа бакалавра может быть направлена на устранение подобного разрыва между осознанной потребностью руководства организаций и отсутствием знаний, как это сделать.

Объем подраздела «**Степень разработанности проблемы**» может составлять 1-2 страницы.

При планировании исследования формулируется **гипотеза** как временное предположение, необходимое для систематизации фактического материала, после которого гипотеза уточняется.

**Объект исследования** — явление или процесс, в рамках которых существует проблема, исследуемая автором. 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 исследования** – это определенная сторона объекта, избранная автором ВКР для рассмотрения в соответствии с ее темой. В одном и том же объекте может быть выделено множество предметов исследования.

Постановка **цели** ВКР прежде всего обусловлена темой и проблемой исследования. **Цель** должна заключаться в решении проблемной ситуации путем ее анализа и нахождения закономерностей между явлениями

**Цель** ВКР определяет формулировку основных **задач** данного исследования.

**Задачи исследования** отражают те действия его автора, которые он должен предпринять для достижения цели, поставленной им в ВКР.

Задачи исследования в ВКР ориентированы:

- на поиск решений основной проблемы ВКР;
- на разработку предложений и рекомендаций практического характера, основанных на результатах исследования, осуществленного в ВКР.

Необходимо сформулировать 3-5 задач. Это обычно делается в форме перечисления (проанализировать, разработать, обобщить, выявить, доказать, внедрить, показать, выработать, изыскать, найти, изучить, определить, описать, установить, выяснить, и т.д.). Формулировки задач необходимо делать как можно более тщательно, поскольку описание их решения должно составить содержание глав (параграфов) работы. В последующем, при написании заключения необходимо сделать выводы, отражающие достижение цели и задач работы.

**Гипотеза** – научное (правдоподобное) предположение, о причинах и следствиях, свойствах и отношениях, связанных с изучаемым явлением, которое нужно обосновать или опровергнуть в ходе исследования. Если полученные автором ВКР результаты и сформулированные выводы были научно обоснованными, достоверными, проверенными на эмпирических данных, гипотеза будет опровергнута или вероятность ее истинности вырастет. В последнем случае, это означает, что гипотеза, сформулированная на начальном этапе исследования, подтверждается данным исследованием.

**Теоретико-методологическая база** ВКР содержит указание на идеи, теории, концепции, методы, на которые автор опирается в процессе исследования избранной проблемы.

**Методы исследования** — это способы и приемы, используемые в исследовании проблемы (проблем), позволяющие получить определенные

результаты, имеющие теоретическую и практическую значимость. Выбор и применение методов исследования определяются объектом, предметом, целью и задачами, соответствующими теме ВКР. Во «Введении» автор указывает теоретические и эмпирические методы, применяемые в исследовании, затем раскрывает их суть в главах ВКР.

**Теоретические методы**, используемые в ВКР: историко-генетический метод; экономический и эконометрический анализ; сравнение; обобщение; абстрагирование; классификация; систематизация; метод теоретического анализа, синтез; аналогия, дедукция, индукция, синхронный и диахронный анализ. **Эмпирические методы**, используемые в ВКР: наблюдение; социологические опросы (интервью, анкетирование); моделирование; анализ статистической информации, вторичная обработка данных социологических и маркетинговых исследований; кейс-стади; изучение и обобщение опыта и моделей, существующих в отечественной и зарубежной практике.

В подразделе «**Эмпирическая база исследования**» представляются характеристики самостоятельно проведенного исследования – время, место проведения, выборка, использованные методы; и/или перечисляются исследования и статистические данные, подвергнутые вторичной обработкой с точным указанием источников и особенностей проведения; и/или кратко описываются организации, представленные в кейс-стади и примерах, демонстрирующих практическую значимость выводов автора.

Подраздел «**Новизна исследования**» исследования содержит сведения о том, какой вклад в теорию и практику менеджмента вносит автор ВКР. Характеризуются место и значимость результатов исследования в проблемном поле современного управления. В рамках ВКР бакалавра осуществляется адаптация и конкретизация общих теоретических положений и моделей применительно к определенной сфере управления, отрасли или организации. В связи с этим приведем следующие примеры новизны исследования: новизна постановки вопроса; обнаружение нового факта; обоснование решения поставленной проблемы; введение в научный оборот новых данных; подтверждение известного факта для новых условий; адаптация известной теории, концепции модели или методики для новой проблемы или нового объекта; систематизация отечественного и/или зарубежного опыта решения управленческих задач; сравнительный анализ практики управления в разных странах, отраслях, организациях; разработка управленческого или маркетингового проекта и его внедрение; разработка рекомендаций для конкретной организации. В целом положения научной новизны в ВКР бакалавра должны иметь преимущественно практический характер.

**Практическая значимость** должна заключаться в выработке конкретных рекомендаций (мероприятий) для повышения эффективности деятельности организации или подразделения, в которых проводилась работа.

В конце введения раскрывается **структура работы** (дается краткий перечень ее структурных элементов).

#### 4. Глава 1 (Обзор литературы по проблеме)

После «Введения» следует основная часть работы; она имеет несколько разделов. Объем этой части работы должен составлять 25-30 страниц. Следует избегать больших диспропорций в объеме отдельных разделов. Каждый раздел и подраздел этой части должен иметь заголовок, отражающий его тему и содержание.

Названия типа «Основная часть», «Литературный обзор», «Практическая часть» и т.д. не используются. Наиболее крупные разделы ВКР называются главами. Например: «Глава 1. Теоретические подходы в стресс-менеджменте». Употребление символа параграф не допускается. Заголовок каждого раздела, обозначенного в «Содержании» в тексте работы печатается прописными буквами или жирным шрифтом, нумеруется соответствующим образом, располагается в середине строки и отделяется от предшествующего и последующего текста тройным интервалом. Точка в конце заголовка не ставится. Кавычки для выделения заголовков не используются. Переносы слов в заголовках не допускаются.

Каждая глава заканчивается разделом **«Выводы по первой(второй) главе»**.

Все основные структурные части работы (введение, главы, заключение, выводы, список использованной литературы, приложение начинаются с новой страницы. Более мелкие подразделы начинать с новой страницы не рекомендуется.

Если ВКР имеет **теоретический характер**, то в параграфе 1.1. идет теоретическая разработка объекта исследования, а в параграфе 1.2. - предмета исследования. В содержании работы идет описание проблемы; определение понятийного аппарата; раскрываются механизмы воздействия состояния предмета исследования на состояние объекта исследования; анализируется исторический опыт рассмотрения проблемы в управленческой науке и смежных с ней областях; проводится анализ состояния в теории исследования на эту тему; обосновывается теоретический подход к рассмотрению исследуемого явления; даются содержательные характеристики предмета исследования, его структуры, взаимосвязей, тенденций развития.

Если ВКР имеет **эмпирический характер**, то в ее **первой главе** (Теоретическая часть: 2-3 параграфа; выводы) автору необходимо:

- изложить теоретические основания проводимого в работе исследования, обращаясь к опыту изучения избранной проблемы (отечественному и зарубежному);
- помнить о том, что рассматриваемые в 1 главе теоретические вопросы должны быть тесно взаимосвязаны с содержанием 2-й главы и являются основанием для разработки предложений и практических рекомендаций, и учитывать данное обстоятельство в логике изложения текста.
- по мере изложения уже существующих суждений специалистов в сфере избранной проблемы, аргументировано сформулировать свою точку зрения на рассматриваемые вопросы в соответствии с целью и задачами, поставленными в исследовании;
- сформулировать положения, обобщающие результаты работы автора,

произведенной в 1 главе, которые затем могут быть включены в раздел «Заключение».

### **Работа над основной частью**

Подбор литературы целесообразно начинать с изучения тех книг и периодических изданий, которые рекомендованы по изучаемым по специальности темам. Следует проанализировать, с какими уже изученными или планируемыми к изучению темами наиболее близка тема выбранной работы. Подбор книг и статей следует производить, с использованием имеющихся в библиотеках систематических каталогов литературы, в которых названия произведений расположены по отраслям знания; алфавитных каталогов, в которых карточки на книги расположены в алфавитном порядке фамилий авторов; предметных каталогов, содержащих названия произведений по конкретным проблемам и специальностям, а также различные библиографические справочные издания, сноски и ссылки в учебниках, монографиях, словарях и др. При изучении периодических изданий лучше всего использовать последние в году номера журналов, где помещается указатель статей, опубликованных за год. При подборе литературы целесообразно использовать данные, полученные при помощи глобальной информационной сети Интернет.

При чтении нужно делать записи. Такие записи могут иметь форму выписок, тезисов или конспекта. Выписки и цитаты могут быть в виде прямой или косвенной речи. Прямые цитаты - это дословное воспроизведение отдельных фрагментов источника, в которых содержатся основные мысли, наиболее важные факты, статистические данные. Прямое цитирование целесообразно использовать тогда, когда студент хочет подчеркнуть точную формулировку мысли автора. При этом текст заключается в кавычки с обязательным указанием в квадратных скобках номера книги в списке литературы и страниц, на которых находится цитируемый фрагмент. При использовании косвенных цитат мысли автора излагаются в пересказе. Большие отрывки текста, которые нецелесообразно цитировать в полном объеме, надо стараться записывать своими словами, сокращая формулировку и сжато излагая содержание. Информация из источника при этом передается в несколько измененном (переформулированном) виде. Это может касаться изменения или опускания отдельных слов или выражений для более краткого пересказа основной мысли или информации, содержащейся в источнике. В случае косвенных цитат текст пишется без кавычек. Но и в этом случае целесообразно в выписках или конспекте в квадратных скобках указывать номер книги в списке литературы и номера страниц, на которых эта информация содержится. Например: [3, с.245].

Тезисы как вид записи при чтении статьи (или книги) — это обычно сжатое изложение основных мыслей прочитанного текста, перечисление основных идей или каких-либо ключевых положений всего источника или его фрагмента. Тезисы позволяют обобщить материал, представить его суть в кратких формулировках.

На основании произведенных записей составляется список литературы, который согласовывается с научным руководителем (о том, как правильно составить и оформить список литературы, смотри ниже).

Список литературы должен быть достаточно полным и характеризовать осведомленность студента в изучаемой проблеме. Объем списка литературы при написании ВКР содержит, как правило, не менее 40 источников. (Если используется ряд фундаментальных источников, представляющих собой объемные монографии, список использованной литературы может быть уменьшен). Количество используемых источников характеризует объем проделанной студентом работы, поэтому служит важным критерием для ее оценки.

ВКР должна быть написана грамотно, соответствовать нормам литературного и профессионального языка, и выдержана в научном стиле. На это важно обратить особое внимание при использовании материала учебников, научно-популярных книг и статей, которые обычно пишутся в ином жанре. Для того чтобы освоить стилистику научной речи, студенту необходимо при чтении научных работ обращать внимание на язык, которым они пишутся.

## 5. Глава 2 (Эмпирическая часть)

Объем этой части работы должен составлять 2-3 параграфа; выводы (всего 20 - 25 страниц). В эмпирической части работы приводится детальная характеристика объекта и методов исследования, дается обоснование выбора группы испытуемых.

Автору необходимо:

- сформулировать базовые методологические принципы выбора и применения метода для конкретного исследования;
- представить **методику** проводимого исследования, ориентированную на эмпирическую базу данного исследования и учитывающую особенности исследовательской ситуации и контекст выполнения ВКР;
- осуществить анализ статистического и фактического материала, полученного в ходе выполнения ВКР или ранее (в рамках различных видов практик, в соответствии с учебным планом по определенному профилю направления обучения «Менеджмент»);
- обобщить результаты данного анализа в выводах 2 главы.
- представить результаты анализа практического материала;
- обобщить результаты проведенного в ВКР исследования;
- разработать и сформулировать предложения и практические рекомендации, ориентированные на эффективное решение проблем, поставленных в ВКР.

(Примечание. Если практические рекомендации представляют собой законченное «Руководство для заказчика», его лучше вынести в отдельное приложение. Если же практические рекомендации требуют комментариев или дополнительных пояснений и имеют относительно большой объем их надо вынести в отдельную главу).

Планируя использование методики и процедуры эмпирического исследования, важно обратить внимание на ее валидность и надежность. Использование методик предполагает знание условий их разработки и предшествующей апробации. В тексте 2-ой главы дается название, краткое описание, сведения о валидности и цель применения используемых методик. Подробное описание методик и соответствующий бланковый и вспомогательный материал даются в приложении к ВКР.

Использование методик, взятых из недостоверных источников, например, из популярной литературы, не допускается.

Текст 2-ой главы обязательно должен содержать данные результатов исследования в удобной для ознакомления форме (таблицы и рисунки) и их обсуждение, следующее непосредственно после каждой таблицы или рисунка.

**Рисунки** помещаются в тексте работы по ходу их упоминания. На одном листе возможно размещение нескольких рисунков небольшого размера. Все рисунки имеют общую сквозную нумерацию арабскими цифрами и обозначение словом "Рис." (рисунок), например: Рис. 1 Располагать название рисунка необходимо по центру, внизу под рисунком (см. образец 2).

На весь приведенный иллюстративный материал должны быть ссылки в тексте работы. Не нужно пересказывать словами все содержание иллюстрации. Словесный комментарий нужен для того, чтобы обратить внимание на наиболее значимые данные, на факты, которые будут использованы автором для теоретических построений, и в конечном итоге, для обоснования выводов. При ссылках на иллюстрации следует писать "...в соответствии с рисунком 2".

Цифровой материал оформляют в виде **таблиц**. Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей, а также сопоставимости информации, полученной из разных источников.

На все таблицы должны быть ссылки в тексте работы. Порядок оформления по тексту ссылок на таблицы такой же, как и оформление ссылок на иллюстрации. Таблица, в зависимости от ее размера, помещается под текстом, в котором впервые дана ссылка на нее, или на следующей странице. Если таблица содержит больше данных, чем читатель может охватить одним взглядом, то такую таблицу следует разбить на две отдельных. Нумерация таблиц осуществляется аналогично нумерации иллюстраций. Надпись "Таблица" и ее порядковый номер (если в работе содержится несколько таблиц), а также заголовок, кратко выражающий содержание таблицы размещаются над таблицей в верхнем правом углу.

Все таблицы должны быть в однотипном оформлении (см. образец 3). Заголовочная часть каждой таблицы обычно состоит из наименований граф (колонок), определяющих их содержание, и отделяется от содержания граф утолщенной или двойной горизонтальной линией. Заголовки (названия) граф должны быть краткими, начинаться с прописных букв и указываться в единственном числе. При необходимости в подзаголовках последние начинаются с прописных букв, если они имели самостоятельное значение. В первой слева графе (колонке) обычно указывается название соответствующих строк (горизонтальных рядов) таблицы, в последующих графах даются заголовки помещаемых в них информационных данных. Заголовочная часть

таблицы может подразделяться на дополнительные участки (по горизонтали), в которых и помещаются подзаголовки граф. При необходимости переноса части таблицы на другую страницу повторяется головка таблицы с надписью сверху: "Продолжение табл. 2". Тематический заголовок таблицы при этом не повторяется.

Количественные данные (статистические данные, результаты социологических и маркетинговых исследований и др.), во-первых, могут быть представлены в виде иллюстраций (таблиц, диаграмм, схем, рисунков и др.), подтверждающих выводы автора. Во-вторых, могут быть подвергнуты обработке и составлять основу практической части исследования. В этом случае в самой работе должны быть представлены наиболее важные данные. Инструментарий автора и все количественные данные относятся в приложения. Для компьютерной обработки данных следует использовать программы Excel или SPSS и Statistika.

В конце каждого раздела работы целесообразно сформулировать резюме (2-3 абзаца) по существу изложенного материала, в котором содержится выражение установленной закономерности между изучаемыми явлениями. В качестве аргументов, обосновывающих полученные выводы, используются, прежде всего, лично полученные автором эмпирические данные и результаты их статистической обработки. Эти данные могут быть подкреплены ссылками на научную литературу по поставленной проблеме и дополнены логическими рассуждениями. Обычно выводы начинаются оборотом «таким образом,...», затем формулируется содержание самих выводов.

## 6. Заключение

**Заключение** представляет собой обобщение основных результатов проведенной работы. Структура заключения должна определенным образом корреспондироваться с введением. Там (во введении) автор ВКР «предполагал результаты» и «обещал» достигнуть некие цели и выполнить задачи. Здесь происходит констатация фактического положения дел. Фиксируется достижение (частичное достижение) цели; решение задач с краткой фиксацией результата, новизна и т.п.

В заключении формулируются выводы – это конкретные ответы на поставленные задачи. Необходимо следовать принципу соответствия задач и выводов: первая задача – первый вывод и т.д. Каждый вывод - это последовательное, логически стройное изложение полученных результатов в их соотношении с конкретной задачей. Выводы нумеруются; объем каждого вывода 3 – 10 строк текста.

Именно в выводах наиболее ярко проявляется способность (или неспособность) автора ясно мыслить и излагать материал. В этой части работы содержится так называемое «выводное знание», которое является новым по отношению к исходному знанию. Именно оно выносится на обсуждение и оценку комиссии при защите работы. Это выводное знание не должно подменяться механическим суммированием ранее сказанного, а должно содержать главные итоги всей работы. При написании заключения необходимо учитывать, что, во-



первых, они не должны повторять выводы по главам, во-вторых, в качестве выводов следует формулировать полученные конечные результаты, а не промежуточные; в-третьих, вывод нельзя подменять декларацией о результатах проделанной работы («рассмотрено», «проанализировано», «изучено» и т.д.); в-четвертых, при формулировании выводов целесообразно приводить те положения, которые важны для понимания материала работы; в-пятых, выводы должны быть краткими и в сжатом виде содержать проделанные в ходе написания работы действия. Формулируется рефлексивная точка зрения на проделанную работу (значимый контекст, трудности осуществления, перспективы данной темы, самоопределение автора ВКР). В заключении могут содержаться рекомендации и предложения по практическому применению материалов ВКР, указываться перспективы дальнейшей научной работы в данном направлении. Заключение должно быть по объему 2-3 страницы.

## 7. Список литературы

Список литературы помещается непосредственно после основного текста ВКР.

В список включаются все использованные автором источники. Приводимый список свидетельствует об объеме использованных студентом литературных источников, уровне изученности состояния исследуемой проблемы, навыках работы с научной литературой.

Источники в списке литературы располагаются по алфавиту. Существуют четкие правила библиографического описания для разных видов источников, таких как: монографии (книги, написанные одним автором по одной проблеме); коллективные монографии (книги, написанные коллективом авторов по одной проблеме); сборники статей (книги, составленные из статей нескольких авторов); статьи одного автора или группы авторов в сборниках статей; статьи в энциклопедии или словаре; статьи одного автора или группы авторов в журналах; тезисы докладов одного автора или группы авторов в сборниках материалов конференции; сборники статей или журналы (только в случае необходимости ссылки на весь сборник или журнал в тексте работы); дипломные или курсовые работы, выполненные другими студентами; публикации в Интернете.

Правила библиографического описания для каждого из этих видов публикаций включают несколько расположенных в определенной последовательности обязательных элементов:

- сведения об авторах;
- заглавие;
- сведения об издании;
- выходные данные;

- количественные характеристики.

Сведения об авторах — это их фамилии, написанные полностью, без сокращений, и инициалы, которые располагаются после фамилии, далее пишется полностью (без сокращений) точное заглавие книги, без кавычек.

Сведения об издании отделяются от основных сведений об авторах и заглавии точкой и тире. Они включают в себя информацию о том, какое по порядку издание (если первое, то этот элемент описания опускается), является ли книга переводом с иностранного языка (с какого), а также сведения о составителях, редакторах, издающей организации и др., которые отделяются от предшествующих данных косой чертой. Например,

Адизес И. Развитие лидеров: как понять свой стиль управления и эффективно общаться с носителями иных стилей. /Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2013- 325 с.

Если книга имеет двух или трех авторов, то их фамилии располагаются в том порядке, как они приведены в книге, и разделяются запятой. Например, Клок К., Голдсмит Дж. Конец менеджмента и становление организационной демократии.....

Если книга имеет более трех авторов, то сведения о них даются после заглавия и отделяются от него косой чертой. Например, Трансформация общества и проблемы управления/С.А.Барков, О.В.Гавриленко, О.В.Дорохина, Е.Г. Ксенофонтова, Е.А. Свердликова и др. . — М.: Изд-во Новый ключ, 2012. — 105с.

В случае тематического сборника трудов описание источника начинается с заглавия, далее после косой черты указывается редактор (или редакторы), далее описание сведений об издании, выходных данных, количественных характеристик, как в предыдущих случаях. Например,

Введение в практическую социальную психологию / Под ред. Ю. М. Жукова, Л. А. Петровской, О. В. Соловьевой. – 3-е изд. — М.: Смысл, 1999. — 377 с.

После сведений об издании указываются Выходные данные. Они отделяются точкой и тире и включают сведения о месте издания, названии издательства и годе издания. В книге они приводятся на титульном листе и часто на его обороте. Место издания — это город, в котором была издана книга. Почти все названия городов приводятся полностью. Исключением являются Москва и Ленинград (Санкт-Петербург), Минск, которые даются в сокращении соответственно «М.», «Л.», «СПб.», «Мн.».

Описание диссертаций, авторефератов диссертаций, курсовых и дипломных работ в списке литературы приводится в следующей последовательности:

Автор и его инициалы. Заглавие работы: Дис. ... канд. психол. наук (или Дис.

... д-ра психол. наук, или Автореф. дис. ... канд. психол. наук. Здесь используются только общепринятые сокращения, которые нужно знать. – Место (город): Название учебного заведения, где выполнена работа – Год представления работы к защите. – Количество страниц в источнике.

При описании статей из сборников, журналов, газет сначала приводятся сведения о статье - фамилия автора и заглавие статьи. Затем после знака «//» указываются сведения об издании, в котором она опубликована.

Примеры описания статей в сборниках, журналах, газетах:

*Ксенофонтова Е. Г.* Парадоксы клиентоориентированности современного бизнеса // Бизнес в литературе: социологический анализ/ под ред. Баркова С.А. — М.: Изд-во Академический проект, 2014. — С. 148–169.

Барков С. А. Жизненный цикл организации и национальные бизнес-культуры // Власть и управление на Востоке России. — 2015. — № 4. — С. 53–62.

Если в работе цитируются несколько статей из сборника трудов или журнала, то единицами библиографического описания являются каждая из этих статей, а не весь сборник или журнал. Журнал, как правило, не используется в качестве единицы библиографического описания. Сборник трудов может использоваться в этом качестве, если в тексте характеризуются и, соответственно, цитируются общие идеи, подходы, темы, характерные для статей всего сборника.

Неопубликованная статья или книга также может быть источником, приводимым в списке литературы. В таком случае указывается автор, заглавие и далее в скобках пишется: (рукопись).

При оформлении списка литературы важно уделить особое внимание, как правильному библиографическому описанию источников, так и точности их выходных данных. Списком литературы завершается текст работы.

## 8. Приложение

Характер приложения определяется автором самостоятельно, исходя из содержания.

В тексте работы на все приложения должны быть ссылки. Порядок оформления по тексту ссылок на приложения такой же, как и оформления ссылок на иллюстрации. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте работы.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием в правом верхнем углу слова «Приложение» и его обозначения. Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно тек-

ста с прописной буквы отдельной строкой. Если используется несколько приложений, то они нумеруются арабскими цифрами без знака «№» (например, Приложение 1, Приложение 2 и т.д.).

В Приложении помещается вспомогательный материал, который в основной части загромождает текст и затрудняет его восприятие. К вспомогательным материалам относятся:

- полное описание методик исследования,
- результаты первичной обработки данных эмпирического исследования, студентом,
- таблицы некоторых эмпирических данных, полученных в исследовании,
- иллюстрации, использованные студентом в работе.

Приложения должны помочь читателю углубить представление о проделанной работе, убедить его в обоснованности и доказательности представленных выводов. Однако следует помнить, что все материалы исследования, важные для его понимания и доказательности выводов, приводятся в основном тексте работы. Суть всех этапов и результатов исследования должна быть понятна из основного текста (без обращения к приложению).

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>Введение</b> .....	3
<b>Глава 1. Современное состояние исследования влияния ценностных ориентаций на восприятие рекламы в СМИ</b>	
1.1 Психологическая структура рекламы как объект восприятия .....	6
1.2 Анализ процесса восприятия рекламы потребителем.....	9
1.3 Теоретический анализ ценностных ориентаций как фактора, оказывающего влияние на восприятие рекламы в СМИ.....	20
1.4 Системная теория мотивации как методологическая основа исследования.....	24
1.5 Особенности мотивационной сферы и ценностных ориентаций у студентов, влияющие на восприятие рекламы в СМИ.....	26
<b>Глава 2. Эмпирическое исследование влияния ценностных ориентаций на восприятие рекламы в СМИ</b>	
2.1 Объем и методы исследования .....	35
2.2 Исследование терминальных и инструментальных ценностей .....	39
2.3 Исследование типов доминирующей мотивации.....	40
2.4 Исследование особенностей восприятия рекламы.....	42
2.5 Обсуждение результатов.....	50
<b>Заключение</b> .....	55
<b>Выводы</b> .....	56
<b>Список используемой литературы</b> .....	57
<b>Приложение</b> .....	62

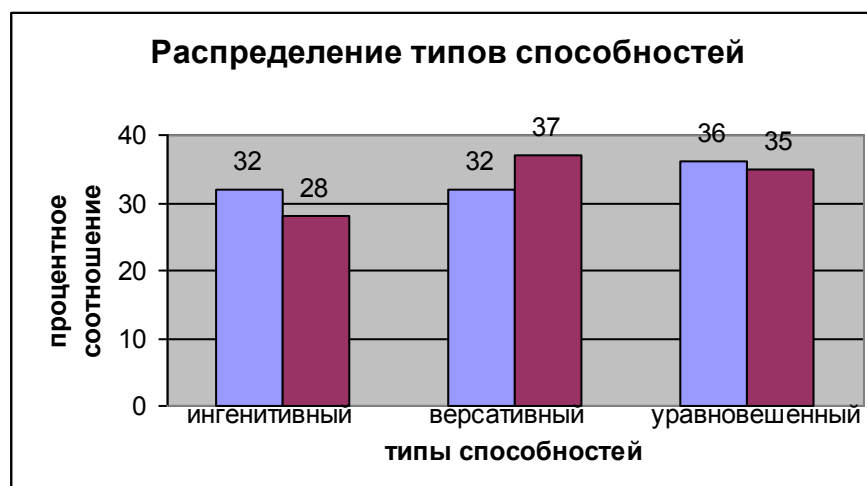


Рис.3

Соотношение распределения типов способностей в общей выборке первичного и повторного срезов

**Таблица 5**  
Средние значения и стандартные отклонения показателей теста «Непрерывный счет в автотемпе» до сеанса АВС по программе «Relax»

		всего ответов	верных ответов	ошибочных ответов	Min время ответа	Max время ответа	Коэффициент качества
Группа до воздействия	M	101,15	97,7	2,2	0,55	4,34	1,03
	S	13,49	13,95	1,5	0,16	0,87	0,02
Группа после воздействия	M	96,25	91,1	4,25	0,61	5,18	1,01
	S	10,59	10,51	2,42	0,24	1,4	0,03

Примечание:

M – среднее значение показателей

S – среднеквадратичное отклонение

**АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ**  
**прохождения преддипломной практики**

Студента 4 курса Социологического факультета МГУ очной формы обучения  
(направление «Менеджмент» (профиль – Маркетинг), полный срок  
обучения)\_\_\_\_\_

Тема ВКР

: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Научный руководитель ВКР  
(руководитель практики)

\_\_\_\_\_

База практики \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

№ п.п.	Содержание практики	Оценка	Подпись руководителя практики
1.	Составление перечня научных источников по теме ВКР: Количество источников: _____ В том числе изданных за последние 10 лет: _____		
2.	Структура ВКР		
3.	Описание хода и результатов эмпирического исследования		

Итоговая оценка за практику \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

Руководитель практики \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

Руководитель практики от факультета \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /