|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Аннотация** |  |  |
|  |  |  |  |
| **программы государственной итоговой аттестации** |  |  |
|  |  |  |  |
| Кафедра маркетинга и международного менеджмента  |  |
| **Направление**  **подготовки**  | 38.04.02 Менеджмент  |  |
| **Направленность** **(профиль)**  | Маркетинг и брендинг  |  |
| **Форма** **ГИА**   | Выпускная квалификационная работа  |  |
| **Способы** **проведения** **ГИА**  | Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты  |  |
| **Объем**  | 9 з.е  |  |
| **Место** **ГИА** **в** **структуре** **ОПОП**  | Блок 3 «Государственная итоговая аттестация», который в полном объеме относится к базовой части программы и завершается присвоением квалификации, указанной в перечне специальностей и направлений подготовки высшего образования, утверждаемом Министерством науки и высшего образования Российской Федерации.  |  |
| **Цели** **ГИА**   |  |
|  |  |  |  |
| Проверка сформированности компетенций необходимых для решения профессиональных задач, в соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа.  |  |
| **Перечень** **планируемых** **результатов** **подготовки** **и** **защиты** **ВКР**   |  |
|  |
|  |  |  |  |
| Должны быть сформированы все общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.  |  |
| **Структура** **ВКР**   |  |
| Введение Основная часть, включающая три главы Заключение Список использованных источников Приложение  |  |
|  |  |  |  |
| **Перечень** **тем,** **порядок** **подготовки,** **требования** **к** **ВКР** **и** **порядку** **их** **выполнения,** **критерии** **оценки** **результатов** **защиты,** **а** **также** **порядок** **подачи** **и** **рассмотрения** **апелляций** **размещены** **на** **официальном** **сайте** **УрГЭУ**  |  |
| Студенту/Государственная итоговая аттестация http://www.usue.ru/studentam/perechen-tem-vypusknyh-kvalifikacionnyh-rabot/  |  |
|  |  |  |  |
| **Список** **литературы**   |
|  |  |  |  |
| **Основная литература:** |
|  1. Голубков Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс [Электронныйресурс]:Учебник и практикум Для бакалавриата и магистратуры. - Москва: Юрайт, 2019. - 474 –Режим доступа: https://urait.ru/bcode/426253 |
|
|  2. Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент [Электронный ресурс]:Учебноепособие. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2019. - 150 с. – Режим доступа:https://znanium.com/catalog/product/1093460 |

|  |
| --- |
|  3. Тимохина Г. С. Маркетинг-менеджмент [Электронный ресурс]:учебное пособие. -Екатеринбург: Издательство УрГЭУ, 2019. - 200 – Режим доступа:http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/19/p492523.pdf |
|  4. Данько Т. П. Управление маркетингом [Электронный ресурс]:Учебник и практикум длявузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 521 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/489034 |
|  5. Староверова К. О. Менеджмент. Эффективность управления [Электронный ресурс]:учебноепособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 269 с – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/491290 |
|  6. Резник Г.А. Маркетинг [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 199 с. – Режим доступа:https://znanium.com/catalog/product/1903657 |
|  7. Скоробогатых И. И., Сидорчук Р. Р., Андреев С.Н., Асалиев А.М., Данченок Л.А., МешковА. А., Мусатов Б.В., Мхитарян С. В., Сагинова О.В., Сейфуллаева М.Э., Никишкин В.В., МусатоваЖ.Б., Голубкова Е.Н., Ивашкова Н. И., Лукина А. В., Муртузалиева Т. В., Широченская И.П.,Ефимова Д.М., Невоструев П.Ю., Просвиркин Б.Л., Цветкова А.Б., Рыкалина О.В., ТвердохлебоваМ.Д., Лопатинская И.В., Гринева О.О., Гусейнова З.А., Перепёлкин Н.А., Маркин И.М. Маркетинг:создание и донесение потребительской ценности [Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: ООО"Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 589 с. – Режим доступа:https://znanium.com/catalog/product/1912407 |
|  8. Резник С.Д., Игошина И. А. Менеджмент [Электронный ресурс]:Учебное пособие. -Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 367 с. – Режим доступа:https://znanium.com/catalog/product/1937176 |
|  |
| **Дополнительная литература:** |
|  1. Жильцова О.Н. Поведение потребителей [Электронный ресурс]:Учебное пособие. -Москва: Вузовский учебник, 2020. - 320 – Режим доступа:https://znanium.com/catalog/product/1047745 |
|
|  2. Агабабаев М. С., Жадько Е. А., Нестерова З. В., Сысоева Т. Л. Бренд-менеджмент[Электронный ресурс]:учебное пособие. - Екатеринбург: Издательство УрГЭУ, 2020. - 139 – Режимдоступа: http://lib.usue.ru/resource/limit/ump/20/p493239.pdf |
|  3. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер[Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2021. - 211 с. –Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1838940 |
|  4. Маркова Т. Л., Скворцова И. А. Marketing for Business Communication [Электронныйресурс]:учебное пособие. - Екатеринбург: Издательство УрГЭУ, 2020. - 195 – Режим доступа:http://lib.wbstatic.usue.ru/resource/limit/ump/21/p494092.pdf |
|  5. Музыкант В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практикив 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг [Электронный ресурс]:учебник и практикум длявузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 475 с – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/490280 |
|  6. Короткова Т. Л. Управление маркетингом [Электронный ресурс]:Учебник и практикум длявузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 221 – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/502866 |
|  7. Кожевникова Г. П., Одинцов Б. Е. Информационные системы и технологии в маркетинге[Электронный ресурс]:Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 444 – Режим доступа:https://urait.ru/bcode/489534 |
|  8. Музыкант В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практикив 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A [Электронный ресурс]:учебник и практикум для вузов. - Москва:Юрайт, 2022. - 507 с – Режим доступа: https://urait.ru/bcode/490449 |
|  9. Карпова С. В., Азарова С. П., Арский А. А., Балова С. Л., Быкова М. К., Жильцова О. Н.,Захаренко И. К., Козлова Н. П., Колесникова О. В., Комаров В. М., Меркулина И. А., Панюкова В. В.,Поляков В. А., Рожков И. В., Титова Л. Г., Тюрин Д. В., Турбанов К. Ю. Инновационный маркетинг[Электронный ресурс]:учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2022. - 474 с – Режим доступа:https://urait.ru/bcode/489061 |
|  10. Щепакин М.Б., Михайлова В.М., Куренова Д.Г., Кривошеева Е.В. Маркетинг[Электронный ресурс]:ситуационные задачи и тесты. - Москва: Издательство "Магистр", 2023. - 512с. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1898167 |

|  |
| --- |
| **Перечень** **информационных** **технологий,** **включая** **перечень** **лицензионного** **программного** **обеспечения** **и** **информационных** **справочных** **систем,**  **онлайн** **курсов,** **используемых** **при** **осуществлении** **образовательного** **процесса** **по** **дисциплине**   |
|  |
| **Перечень лицензионного программного обеспечения:** |
|  |
| Microsoft Windows 10 .Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020. Срок действия лицензии 30.09.2023.  |
| Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.  |
| Microsoft Office 2016.Договор № 52/223-ПО/2020 от 13.04.2020, Акт № Tr000523459 от 14.10.2020 Срок действия лицензии 30.09.2023.  |
| МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.  |
|  |
| **Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-****телекоммуникационной сети «Интернет»:** |
| Справочно-правовая система Консультант +. Срок действия лицензии до 31.12.2023    |
| Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока   |
|  |
| Аннотацию подготовил: Попова О.И.  |

.