

Приложение Ж

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт сервиса и социального управления



УТВЕРЖДАЮ

Директор ИСОУ

Ю.В. Зазуля

2018 г.

ПРОГРАММА

государственной итоговой аттестации

по направлению подготовки

38.04.05 Бизнес-информатика

Программа Информационные технологии в маркетинге

Квалификация – магистр


Рассмотрено на заседании Учёного совета
Института сервиса и отраслевого управления
Протокол от «30» 08 2018 г. № 1

Секретарь Совета

С.В. Фирцева

Тюмень, 2018

РАЗРАБОТАЛ:
Заведующий кафедрой



(подпись)

М.И. Белоношко

« 30 » 08 2018 г.

СОГЛАСОВАНО:
Заместитель директора по УМР



(подпись)

В.А. Игнатенко

« 30 » 08 2018 г.

1 Общие положения

Целью государственной итоговой аттестации (ГИА) является установление уровня подготовки выпускника к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям, Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) и основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОПОП ВО), разработанной в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Тюменский индустриальный университет».

Данная программа ГИА разработана на основе Порядка в ФГБОУ ВО ТИУ о «Проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программ бакалавриата, программ специалитета и программ магистратуры».

1.1. Виды государственной итоговой аттестации по направлениям подготовки

Государственная итоговая аттестации по направлению подготовки 38.04.05 Бизнес-информатика (магистратура) направленность Информационные технологии в маркетинге, программа академической магистратуры включает: а) подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена; б) подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы (ВКР).

Объем ГИА составляет 9 з.е. (6 недель), из них:

подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена – 3 з.е. (2 недели), 108 час., в том числе контактная работа (установочные лекции и консультации перед экзаменом) – 10 часов;

защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты – 6 з.е. (4 недели), 216 час., в том числе контактная работа (консультации с руководителем ВКР) – 10 часов.

1.2 Виды профессиональной деятельности выпускников и соответствующие им задачи профессиональной деятельности:

1.2.1 Виды профессиональной деятельности выпускников.

Основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки 38.04.05 Бизнес-информатика программе Информационные технологии в маркетинге предусматривается подготовка выпускников к следующим видам профессиональной деятельности:

- аналитическая;
- организационно-управленческая;
- проектная;
- научно-исследовательская;
- инновационно-предпринимательская;
- педагогическая.

1.2.2 Задачи профессиональной деятельности:

а) аналитическая деятельность:

- анализ и моделирование архитектуры предприятий;
- выбор методологии и инструментальных средств для анализа и совершенствования архитектуры предприятий;
- анализ потребностей заказчика в сфере ИКТ;
- анализ соответствия бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры стратегиям и целям предприятия;
- анализ инноваций в экономике, управлении и ИКТ;

б) организационно-управленческая деятельность:

- организация обследования архитектуры предприятия;

- разработка и реализация стратегии развития архитектуры предприятия;
- управление разработкой электронных регламентов деятельности предприятий и его ИТ-инфраструктуры;
- управление жизненным циклом ИТ-инфраструктуры предприятия;
- разработка рекомендаций по оптимизации затрат на обслуживание и развитие ИТ-инфраструктуры;
- управление проектно-внедренческими группами;
- управление электронным предприятием и подразделениями электронного бизнеса несетевых компаний;
- управление информационной безопасностью предприятия;
- в) проектная деятельность:*
 - проектирование архитектуры предприятия;
 - разработка и внедрение компонентов архитектуры предприятия;
 - управление проектами создания и развития архитектуры предприятия;
- г) научно-исследовательская деятельность:*
 - исследование и разработка моделей и методик описания архитектуры предприятия;
 - разработка методик и инструментальных средств создания и развития электронных предприятий и их компонент;
 - исследование и разработка методов совершенствования ИТ-инфраструктуры предприятия;
 - поиск и анализ инноваций в экономике, управлении и ИКТ;
- д) инновационно-предпринимательская деятельность:*
 - управление инновационной и предпринимательской деятельностью в сфере ИКТ;
 - управление развитием инновационного потенциала предприятия;
- ж) педагогическая деятельность:*
 - преподавание управленческих и ИТ-дисциплин;
 - разработка образовательных программ и учебно-методических материалов по управленческим и ИТ-дисциплинам.

1.2.3 Требования к результатам освоения основной образовательной программы

1.2.3.1 Выпускник должен обладать следующими общекультурными компетенциями:

ОК-1	способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
ОК- 2	готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения
ОК- 3	готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала

1.2.3.2 Выпускник должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями:

ОПК-1	готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной и научной деятельности
ОПК -2	готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОПК- 3	способностью к творческой адаптации к конкретным условиям выполняемых задач и их инновационным решениям

1.2.3.3 Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями:

В области аналитической деятельности:

ПК-1	способностью готовить аналитические материалы для оценки мероприятий и выработки стратегических решений в области ИКТ
ПК-2	способностью проводить анализ инновационной деятельности предприятия
ПК-3	способностью применять методы системного анализа и моделирования для анализа, архитектуры предприятий

В области организационно-управленческой деятельности:

ПК-4	способностью разрабатывать стратегию развития архитектуры предприятия
ПК-5	способностью планировать процессы управления жизненным циклом ИТ - инфраструктуры предприятия и организовывать их исполнение
ПК-6	способностью управлять исследовательскими и проектно-внедренческими коллективами
ПК-7	способностью управлять электронным предприятием и подразделениями электронного бизнеса несетевых компаний

В области проектной деятельности

ПК-8	способностью проектировать архитектуру предприятия
ПК-9	способностью разрабатывать и внедрять компоненты архитектуры предприятия

В области научно-исследовательской деятельности

ПК-10	способностью проводить исследования и поиск новых моделей и методов совершенствования архитектуры предприятия
ПК-11	способностью проводить поиск и анализ инноваций в экономике, управлении и ИКТ
ПК-12	способностью проводить научные исследования для выработки стратегических решений в области ИКТ
ПК-13	способностью организовывать самостоятельную и коллективную научно-исследовательскую работу

В области инновационно-предпринимательской деятельности

ПК-16	способностью управлять инновационной и предпринимательской деятельностью в сфере ИКТ
ПК-17	способностью управлять внедрением инноваций для развития архитектуры предприятия

В области педагогической деятельности

ПК-18	готовностью разрабатывать образовательные программы и учебно-методические материалы по управленческим и ИТ-дисциплинам
ПК-19	готовностью проводить лекционные и практические занятия по управленческим и ИТ-дисциплинам

2. Требования к выпускнику, проверяемые в ходе государственного экзамена

В рамках проведения государственного экзамена проверятся степень освоения выпускником следующих компетенций:

Общекультурные компетенции (ОК):

ОК- 1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

ОК- 2 готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения

ОК- 3 готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-1 готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной и научной деятельности

ОПК -2 готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

ОПК-3 способностью к творческой адаптации к конкретным условиям выполняемых задач и их инновационным решениям

Профессиональные компетенции (ПК)

ПК-1 способностью готовить аналитические материалы для оценки мероприятий и выработки стратегических решений в области ИКТ

ПК-2 способностью проводить анализ инновационной деятельности предприятия

ПК-3 способностью применять методы системного анализа и моделирования для анализа, архитектуры предприятий

ПК-5 способностью планировать процессы управления жизненным циклом ИТ-инфраструктуры предприятия и организовывать их исполнение

ПК-6 способностью управлять исследовательскими и проектно-внедренческими коллективами

ПК-7 способностью управлять электронным предприятием и подразделениями электронного бизнеса несетевых компаний

ПК-9 способностью разрабатывать и внедрять компоненты архитектуры предприятия

ПК-10 способностью проводить исследования и поиск новых моделей и методов совершенствования архитектуры предприятия

ПК-11 способностью проводить поиск и анализ инноваций в экономике, управлении и ИКТ

ПК-12 способностью проводить научные исследования для выработки стратегических решений в области ИКТ

ПК-16 способностью управлять инновационной и предпринимательской деятельностью в сфере ИКТ

ПК-17 способностью управлять внедрением инноваций для развития архитектуры предприятия

ПК-18 готовностью разрабатывать образовательные программы и учебно-методические материалы по управленческим и ИТ-дисциплинам

ПК-19 готовностью проводить лекционные и практические занятия по управленческим и ИТ-дисциплинам

2.1 Перечень основных учебных дисциплин образовательной программы или их разделов и вопросов, выносимых для проверки на государственном экзамене

Модуль 1 (дисциплина 1) Маркетинг-менеджмент

1. Особенности современного рынка маркетинговых исследований.
2. Роль и особенности управления маркетингом.
3. Комплекс маркетинговых коммуникаций компании.
4. Современные формы и методы стимулирования продаж.
5. Рынок товаров промышленного назначения
6. Изменения рыночной среды и маркетинговое планирование компаний.
7. Стратегия позиционирования торговых марок.
8. Товарные знаки, их функции и классификация.
9. Современные направления маркетинговых исследований.
10. Оценка эффективности управления маркетингом.
11. Предпроизводственный этап маркетинговой деятельности
12. Производственный этап маркетинговой деятельности фирмы
13. Факторы внешней среды предприятия
14. Маркетинговая среда предприятия
15. Типы рынков

16. Особенности формирования покупательского поведения.
17. Стратегии повышения конкурентоспособности предприятия
18. Субъекты рынка, особенности их взаимодействия.

Рекомендуемая литература:

1. Романов, Александр Анатольевич. Маркетинг [] : учеб. пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - Москва : Дашков и К, 2016. - 440 с. <https://e.lanbook.com/book/93316>

2. Менеджмент [Текст] : учебно-практическое пособие : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / А. В. Игнатъева [и др.]. – М.: Вузовский учебник: Инфра-М, 2014. - 283 с.

3. Фомичев, Игорь Юрьевич. Инновационный менеджмент [Текст : Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / И. Ю. Фомичев ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2016. - 80 с. - Режим доступа: <http://elib.tyuiu.ru/wp-content/uploads/data/2017/10/31/16427.pdf>.

Модуль 2 (дисциплина 2) Маркетинговые информационные системы

19. Информационное обеспечение управления маркетинговой деятельностью.
20. Информационное обеспечение управления рекламной деятельностью.
21. Концепция системы маркетинговой информации.
22. Структура информационной системы маркетинга.
23. Виды информационных систем маркетинга.
24. Информационная система обработки текущих операций.
25. Системы поддержки принятия решений.
26. Глобальные телекоммуникационные технологии в области рекламы.
27. Глобальные телекоммуникационные технологии в области электронной продажи.
28. Сравнительная характеристика различных маркетинговых программ.

Рекомендуемая литература:

1. Рожков, И. В. Информационные системы и технологии в маркетинге [Электронный ресурс] : Монография / И. В. Рожков. - Информационные системы и технологии в маркетинге, 2020-06-09. - Москва : Русайнс, 2014. - 196 с. <http://www.iprbookshop.ru/unpublication.html?bid=48893>

2. Матвеева, Л. Г. Маркетинговые информационные системы [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Л. Г. Матвеева, А. Ю. Никитаева, О. А. Чернова. - Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2015. - 224 с. <http://www.iprbookshop.ru/78678.html>

3. Информационные системы предприятий [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению "Прикладная информатика" и другим экономическим специальностям / А. О. Варфоломеева, А. В. Коряковский, В. П. Романов. - Москва : ИНФРА-М

Модуль 3 (дисциплина 3). Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа

29. Понятие «новые медиа» и их использование в маркетинге.
30. Понятие «маркетинговые коммуникации» и их особенности в Интернете и цифровых устройствах.
31. Инструменты маркетинговых коммуникаций в Интернете.
32. Особенности digital-технологий и их использование в качестве инструмента маркетинговых коммуникаций.
33. Средства воздействия на целевые аудитории в Интернете.
34. Веб-сайт как инструмент маркетинговых коммуникаций компании.
35. Сетевые технологии интернет-рекламы.
36. Инструменты публич рилейшнз в сети Интернет.

37. Организация личных продаж через сеть Интернет и цифровые медиа.
38. Методы оценки эффективности системы маркетинговых коммуникаций в Интернете.

Рекомендуемая литература:

1. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях [Текст] / Д. Халилов. - 2-е изд. - М.: Издательство "Манн, Иванов и Фербер", 2014. - 229 с.

2. Интернет-маркетинг [Текст] : учебник для академического бакалавриата : для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / под общ. ред. О. Н. Романенковой. - Москва : Юрайт, 2015. - 289 с.

3. Калужский, М. Л. Электронная коммерция. Маркетинговые сети и инфраструктура рынка [Электронный ресурс] / Калужский М. Л. - Москва : Экономика, Омский государственный технический университет, 2014. - 327 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/31693.html>

Модуль 4 (дисциплина 4). Маркетинговые метрики

39. Основные концепции метрик.
40. Области применимости метрик.
41. Рынок. Показатели структуры рынка.
42. Рыночные метрики компании.
43. Маркетинговый учет.
44. Издержки, точка безубыточности, постоянные и переменные издержки, маржинальный доход, прибыль, торговая наценка.
45. Затраты на маркетинг.
46. Метрики в управлении комплексом маркетинга, принятии стратегических маркетинговых решений
47. Метрики в рекламе и медиа-планировании
48. Портфель маркетинговых метрик. Соответствие портфеля метрик бизнес-модели и стратегии компании.

Рекомендуемая литература:

1. Басовский, Леонид Ефимович. Маркетинг [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 080500 "Менеджмент" / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 299 с.

2. Казакова, Наталия Александровна. Финансовый анализ [Текст] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Казакова. - М. : Юрайт, 2016. - 470 с.

Модуль 5 (дисциплина 5). B2B- маркетинг

49. Функции маркетинга промышленного предприятия, их систематизация.
50. Факторы внешней и внутренней среды маркетинга компании, работающей на рынках B2B. Цель и задачи маркетингового исследования в промышленной компании.
51. Характеристика (типология) промышленных покупателей. Мотивация промышленных покупателей.
52. Сущность и принципы сегментации промышленных рынков
53. Позиционирование на промышленном рынке.
54. Управление каналами сбыта на промышленном рынке. Виды посредников на промышленном рынке.
55. Особенности коммуникативных процессов в промышленной компании. Включение промышленных предприятий в коммуникативные сети.
56. Концептуальные подходы к использованию Интернет-технологий при организации коммуникативной политики. Функциональное назначение и ресурсы сети Интернет для промышленных компаний.

Рекомендуемая литература:

1. Романов, Александр Анатольевич. Маркетинг [] : учеб. пособие / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. - Москва : Дашков и К, 2016. - 440 с. <https://e.lanbook.com/book/93316>

2. Годин, А. М. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / А. М. Годин. - 12-е. - [Б. м.] : Дашков и К, 2017. - 656 с. - <https://e.lanbook.com/book/105549>

3. Синяева, Инга Михайловна. Маркетинг [] : Учебник / И. М. Синяева. - 3-е изд., пер. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - 495 с. <http://www.biblio-online.ru/book/43F94F6D-751E-4C5A-83FB-2DC15CD1AAFE>

Модуль 6 (дисциплина 6) Интерактивный маркетинг

57. Сравнительные характеристики терминов «мобильная реклама» и «мобильный маркетинг».

58. Основные мобильные площадки рынка мобильной рекламы: сводное описание, обозначение преимуществ, основные показатели площадок.

59. Особенности ценообразования на площадках мобильной рекламы: формирование ценообразования, основные составляющие ценности площадки.

60. Характеристика рекламодателя, пользующегося мобильным инструментарием для продвижения собственного продукта.

61. Формирование спроса на рынке мобильной рекламы: продвижение мобильных площадок, увеличение количества посетителей и постоянных пользователей мобильной рекламы.

62. Определение инструментария рынка мобильной рекламы.

63. Разновидности инструментария на рынке мобильной рекламы.

64. Особенности интерактивного маркетинга – специальные проекты на блогосфере, социальных медиа.

65. Использование портретов аудитории в рекламных кампаниях.

66. Целевая аудитория брендов: основное ядро, понятие аффинитивности на каждой из мобильных площадок.

67. Интерактивные механики на площадках социальных медиа: рекламные и PR способы продвижения.

Рекомендуемая литература:

1. Кобелев, О. А. Электронная коммерция [] / О. А. Кобелев. - Москва : Дашков и К, 2017. - 684 с. <https://e.lanbook.com/book/93389>

2. Халилов, Дамир. Маркетинг в социальных сетях [Текст] / Д. Халилов. - 2-е изд. - Москва : Издательство "Манн, Иванов и Фербер", 2014.

3. Интернет-маркетинг [Текст] : учебник для академического бакалавриата : для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / под общ. ред. О. Н. Романенковой. - Москва : Юрайт, 2015. - 289 с.

Модуль 7 (дисциплина 7). Оценка эффективности информационных проектов

68. Насколько важно продвижение современного бизнеса в сети Интернет в целом и в поисковых системах в частности?

69. Какие ведущие поисковые системы вам известны?

70. В чем заключается специфика функционирования поисковой системы Google?

71. В чем заключается специфика функционирования поисковой системы Яндекс?

72. Основные этапы продвижения сайтов в сети Интернет.

73. Основные принципы использования программного обеспечения для маркетинговой деятельности в сети интернет

74. Основные метрики для оценки эффективности маркетинговой деятельности в Интернете

75. Сервис Wordstat от компании Яндекс и основные направления его использования.

76. Системы сбора статистики посещаемости Интернет-сайтов: специфика и принципы использования
77. Отличия и сходства современных систем анализа статистики посещаемости Интернет-сайтов.

Рекомендуемая литература:

1. Барбаков, Олег Михайлович. Информационный менеджмент [Текст : Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 080200.62 "Менеджмент" квалификация (степень) "бакалавр" / О. М. Барбаков, Ю. А. Зобнин, А. С. Еропкина ; ТюмГНГУ. - Тюмень : ТюмГНГУ, 2014. - 269 с. : ил. - Режим доступа: http://elib.tyuiu.ru/wp-content/uploads/2014/11/21355_14.pdf.
2. Информационные технологии в менеджменте (управлении) [Текст] : учебник и практикум / Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова ; ред. Ю. Д. Романова. - М. : Юрайт, 2015. - 480 с.
3. Корячко, В. П. Процессы и задачи управления проектами информационных систем [Электронный ресурс] / В. П. Корячко, А. И. Таганов. - Москва : Горячая линия-Телеком, 2014. - 376 с. http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=63237
4. Методы менеджмента качества. Методология организационного проектирования инженерной составляющей системы менеджмента качества / П. С. Серенков. - М. : Инфра-М ; Минск : Новое знание

Модуль 8 (дисциплина 8). Теория систем и системный анализ

78. Система: понятие системы, свойства систем, классификации. Определение системного анализа. Основные этапы системного анализа.
79. Определение категории «проблема», этапы выявления проблем в системном исследовании.
80. Формулирование (выявление) проблемы. Выявление структуры целей и построение дерева целей. Формирование критериев и оценок. Постановка задачи как переход к формализуемым этапам системного анализа. Сопровождение решения.
81. Определение объекта, предмета, цели системного исследования (дерево целей).
82. Информационное взаимодействие как фактор классификации систем. Классификация систем по уровню сложности. Естественные и искусственные системы. Открытые и закрытые системы. Большие / малые и сложные/простые системы. Равновесие, гомеостаз и гомеокинез. Живые и неживые системы.
83. Моделирование: способ существования сознания. Роль моделирования в деятельности человека. Общие свойства моделей. Типы моделей. Определение, типы моделей: модель «черного ящика», состава системы, структуры системы, «белого ящика», статические и динамические модели систем. Структурная схема как соединение моделей. Функциональная схема.
84. Основные этапы и виды моделирования.
85. Соотношение эксперимента и модели. Теоретико-множественные отношения как базис количественного описания моделей.
86. Шкалирование. Виды измерительных шкал (шкала наименований, порядковая шкала, интервальная шкала, шкала отношений, периодическая шкала, абсолютная шкала). Выбор шкалы.
87. Нечеткое описание ситуации. Основные понятия теории нечетких множеств. Применение теории нечетких множеств в бизнес-приложениях.
88. Вероятностное описание ситуации. Границы применимости теории вероятностей. Способы задания вероятностных характеристик случайных процессов. Основные задачи, решаемые методами математической статистики. Методы снижения размерности задачи (метод главных компонент, факторный анализ) и их роль в бизнес-приложениях. Источники ошибок при применении статистических методов.

89. Задача принятия решения в общей теории систем. Методы описания выбора (критериальный метод, бинарные отношения, функции выбора). Современные вычислительные методы теории принятия решений.

90. Системный анализ экономической системы: определение и основные этапы.

91. Методы системного анализа: «Мозговой штурм», метод «Дельфи», метод сценариев.

Рекомендуемая литература:

1. Вдовин, Виктор Михайлович. Теория систем и системный анализ [] : учеб. / В. М. Вдовин, Л. Е. Суркова, В. А. Валентинов. - Москва : Дашков и К, 2016. - 638 с. <https://e.lanbook.com/book/93352>

2. Кориков, Анатолий Михайлович. Теория систем и системный анализ [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080801 "Прикладная информатика" / А. М. Кориков, С. Н. Павлов. – М.: ИНФРА-М, 2014. - 287 с.

3. Волкова, Виолетта Николаевна. Теория систем и системный анализ [] : Учебник / В. Н. Волкова. - 2-е изд., пер. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - 462 с. <http://www.biblio-online.ru/book/7057E48D-241E-4EF2-B636-5C84E4F678AC>

Модуль 9 (дисциплина 9). Система интеллектуального анализа данных

92. DATAMINING: основные понятия и история развития.

93. DATA MINING: основные стадии.

94. DATA MINING: основные методы.

95. DATA MINING: основные задачи.

96. Алгоритмы интеллектуального анализа данных.

97. Свободный поиск в DATAMINING.

98. Прогностическое моделирование в DATAMINING.

99. Анализ исключений в DATAMINING.

100. Настройки интеллектуального анализа данных для Microsoft Office

Рекомендуемая литература:

1. Секлетова, Н. Н. Системный анализ и принятие решений [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Н. Н. Секлетова, А. С. Тучкова. - Самара : Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2017. - 83 с. <http://www.iprbookshop.ru/75407.html>

2. Варфоломеева, Александра Олеговна. Информационные системы предприятий [Текст] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению "Прикладная информатика" и другим экономическим специальностям / А. О. Варфоломеева, А. В. Коряковский, В. П. Романов. – М.: ИНФРА-М, 2014. - 282 с.

3. Петрунин, Юрий Юрьевич. Информационные технологии анализа данных. DataAnalysis [Текст] : учебное пособие по дисциплине "Информатика" для студентов вузов, обучающихся по управленческим и экономическим специальностям и направлениям / Ю. Ю. Петрунин ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 3-е изд. - Москва : КДУ, 2014. - 292 с.

2.2 Критерии выставления оценок на государственном экзамене

ОТЛИЧНО (91-100 баллов) – Обучающийся показал глубокие исчерпывающие знания всего программного материала, понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений; правильные и конкретные ответы на все вопросы экзаменационного билета; использование в необходимой мере в ответах на вопросы материалов всей рекомендованной литературы

ХОРОШО (76-90 баллов) - Обучающийся показал твёрдые и достаточно полные знания всего программного материала, правильное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений; последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (61-75 баллов) - Обучающийся показал достаточно твёрдое знание и понимание основных вопросов программы; правильные и конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (менее 61 балла) – В ответе обучающегося присутствуют грубые ошибки, непонимание сущности излагаемых вопросов.

2.3 Порядок проведения государственного экзамена (ГЭ):

2.3.1 Сроки проведения государственного экзамена определяются учебным планом по направлению подготовки 38.04.05 Бизнес-информатика программы Информационные технологии в маркетинге и графиком учебного процесса.

2.3.2 Для проведения государственного экзамена формируется состав ГЭК, который утверждается приказом директора ИСОУ.

2.3.3 Обучающиеся обеспечиваются перечнями основных разделов, тем и вопросов выносимых на ГЭ. Для обучающихся проводятся консультации в соответствии с расписанием, утвержденным директором ИСОУ.

2.3.4 ГЭ по направлению подготовки 38.04.05 Бизнес-информатика программы Информационные технологии в маркетинге проводится в устной форме.

2.3.5 Для проведения ГЭ кафедрой маркетинга и муниципального управления разрабатываются экзаменационные билеты и утверждаются заведующим кафедрой. Каждый экзаменационный билет состоит из 3 теоретических вопросов.

2.3.6 На подготовку ответа и ответ на вопросы экзаменационного билета отводится не более трех астрономических часов.

2.3.7 На экзамене по направлению подготовки 38.04.05 Бизнес-информатика программы «Информационные технологии в маркетинге» не разрешено пользование справочниками и другой учебной и научной литературой.

2.3.8 Передача ГЭ с целью повышения положительной оценки не допускается.

2.4 Порядок подачи и рассмотрения апелляции по проведению ГЭ

По результатам государственных аттестационных испытаний обучающийся имеет право подать апелляцию.

Обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры проведения государственного аттестационного испытания и (или) несогласии с результатами государственного экзамена.

Апелляция подается лично обучающимся в апелляционную комиссию не позднее следующего рабочего дня после объявления результатов государственного аттестационного испытания.

Апелляция рассматривается на заседании апелляционной комиссии не позднее двух рабочих дней со дня ее подачи. На заседание апелляционной комиссии приглашаются председатель ГЭК и обучающийся, подавший апелляцию. В этом случае обучающийся должен иметь при себе документы, удостоверяющие личность.

Заседание апелляционной комиссии может проводиться в отсутствие обучающегося, подавшего апелляцию, в случае его неявки на заседание апелляционной комиссии.

Решение апелляционной комиссии доводится до сведения обучающегося, подавшего апелляцию, в течение трех рабочих дней со дня заседания апелляционной комиссии. Факт ознакомления обучающегося, подавшего апелляцию, с решением апелляционной комиссии удостоверяется подписью обучающегося.

3. Требования к выпускной квалификационной работе

По итогам выпускной квалификационной работы проверяется степень освоения выпускником следующих компетенций:

Общекультурные компетенции (ОК):

ОК- 1 способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

ОК- 2 готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения

ОК- 3 готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-1 готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной и научной деятельности

ОПК -2 готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

ОПК-3 способностью к творческой адаптации к конкретным условиям выполняемых задач и их инновационным решениям

Профессиональные компетенции (ПК)

ПК-1 способностью готовить аналитические материалы для оценки мероприятий и выработки стратегических решений в области ИКТ

ПК-2 способностью проводить анализ инновационной деятельности предприятия

ПК-3 способностью применять методы системного анализа и моделирования для анализа, архитектуры предприятий

ПК- 4 способностью разрабатывать стратегию развития архитектуры предприятия

ПК-5 способностью планировать процессы управления жизненным циклом ИТ-инфраструктуры предприятия и организовывать их исполнение

ПК-6 способностью управлять исследовательскими и проектно-внедренческими коллективами

ПК-7 способностью управлять электронным предприятием и подразделениями электронного бизнеса несетевых компаний

ПК-8 способностью проектировать архитектуру предприятия

ПК-9 способностью разрабатывать и внедрять компоненты архитектуры предприятия

ПК-10 способностью проводить исследования и поиск новых моделей и методов совершенствования архитектуры предприятия

ПК-11 способностью проводить поиск и анализ инноваций в экономике, управлении и ИКТ

ПК-12 способностью проводить научные исследования для выработки стратегических решений в области ИКТ

ПК-13 способностью организовывать самостоятельную и коллективную научно-исследовательскую работу

ПК-16 способностью управлять инновационной и предпринимательской деятельностью в сфере ИКТ

ПК-17 способностью управлять внедрением инноваций для развития архитектуры предприятия

ПК-18 готовностью разрабатывать образовательные программы и учебно-методические материалы по управленческим и ИТ-дисциплинам

ПК-19 готовностью проводить лекционные и практические занятия по управленческим и ИТ-дисциплинам

3.1 Вид выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа выполняется в виде магистерской диссертации.

3.2 Структура выпускной квалификационной работы и требования к ее содержанию

Структура выпускной квалификационной работы и требования к ее содержанию определены Методическим руководством по структуре, содержанию и оформлению выпускной квалификационной работы бакалавров, специалистов, магистров гуманитарных и социально-экономических специальностей и направлений подготовки, действующим в ФГБОУ ВО ТИУ.

Магистерская диссертация должна обеспечить закрепление академической культуры и необходимую совокупность методологических представлений и методических навыков в избранной области профессиональной деятельности. ВКР магистра выполняется на базе углубленных знаний и умений, полученных (сформированных) выпускником в течение периода обучения в вузе, прохождения практик и выполнения научно-исследовательской работы.

ВКР магистра должна демонстрировать возможности выпускника в следующих направлениях:

- а) определение проблемной области исследования;
- б) представление объекта исследования и формулирование авторской гипотезы;
- в) выбор, описание и применение соответствующей системы методов исследования;
- г) подбор, анализ, и систематизация данных;
- д) решение поставленных задач с предложением конкретных механизмов реализации;
- е) проверка предложенного метода и его адаптация в процессе функционирования исследуемого объекта.

Магистрам, выходящим на защиту магистерской диссертации, рекомендуется иметь публикации, отражающие результаты проведенного исследования.

Структура ВКР магистра является формой организации научного материала, отражающей логику исследования, обеспечивающей единство и взаимосвязанность всех элементов содержания. Структура магистерской работы должна соответствовать критериям целостности, системности, связности и соразмерности (соответствия объема фрагмента текста его научной емкости).

ВКР в общем случае должна содержать:

- а) текстовый документ – пояснительную записку;
- б) иллюстративный материал – демонстрационные плакаты, презентации, схемы, графический материал и пр. (при наличии).

Пояснительная записка магистерской диссертации должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист,
- задание на ВКР,
- содержание,
- аннотация,
- определения, обозначения и сокращения,
- введение,
- основная часть,
- заключение (выводы, рекомендации)
- список использованных источников,
- приложения.

Титульный лист служит источником информации, необходимой для определения принадлежности и поиска документа.

На титульном листе приводят следующие сведения:

- а) наименование и подчиненность образовательной организации, в которой выполнена работа;
- б) грифы согласования;
- в) наименование темы ВКР;
- г) должности, ученые степени, фамилии и инициалы руководителя и разработчика, консультантов (при наличии), ответственного за нормоконтроль и заведующего выпускающей кафедрой;
- д) место и дата выполнения ВКР (город, год).

Бланк задания заполняется рукописным или печатным способом. Задание размещается после титульного листа и переплетается вместе с текстом пояснительной записки ВКР.

Аннотация – краткая характеристика документа с точки зрения его назначения, содержания, вида, формы и других особенностей.

Аннотация включает характеристику основной темы, проблемы объекта, цели работы и ее результаты. В аннотации указывают, что нового несет в себе данный документ в сравнении с другими, родственными по тематике и целевому назначению.

Аннотация должна содержать:

- а) объект, предмет, цель и задачи работы;
- б) методики или методологию проведения работы;
- в) полученные результаты;
- г) выводы.

Объем аннотации не должен превышать одной страницы.

Текст аннотации выполняется на русском и иностранных языках на отдельных страницах, помещается перед структурным элементом пояснительной записки «Содержание» и переплетается вместе с текстом пояснительной записки ВКР.

Структурный элемент пояснительной записки «Содержание» размещается после титульного листа и задания на ВКР, начиная со следующей страницы.

Во *введении* отражаются:

- *обоснование выбора темы исследования*, в том числе ее *актуальности, научной новизны и/или практической значимости*. Раскрывается суть проблемной ситуации, аргументируется необходимость оперативного решения поставленной проблемы для соответствующей отрасли науки или практики. Определяется степень разработанности темы (с обязательным указанием концептуальности, теоретико-методологических оснований существующих подходов, лакун в изучении проблемы).

Научная новизна подразумевает новый научный результат, новое решение поставленной проблемы, ожидаемое по завершении исследования. Новизна может выражаться в новом объекте или предмете исследования (он рассматривается впервые), вовлечении в научный оборот нового материала, в иной постановке известных проблем и задач, новом методе решения или в новом применении известного решения или метода, в новых результатах эксперимента, разработке оригинальных моделей и т.п. Практическая значимость исследования, в том числе теоретического, определяется возможностями прикладного использования его результатов (с указанием области применения и оценкой эффективности).

- *объект и предмет исследования*

Объектом исследования является та часть реальности (процесс, явление, знание, порождающие проблемную ситуацию), которая изучается и/или преобразуется исследователем. Предмет исследования находится в рамках объекта, это те его стороны и свойства, которые непосредственно рассматриваются в данном исследовании. Предмет исследования чаще всего совпадает с определением его темы или очень близок к нему.

- *цель и задачи исследования*

Целью исследования является решение поставленной научной проблемы, получение нового знания о предмете и объекте. Не рекомендуется формулировать цель

как «исследование...», «изучение...», подменяя саму цель процессом ее достижения. Наряду с целью может быть сформулирована рабочая гипотеза, предположение о возможном результате исследования, которое предстоит подтвердить или опровергнуть. Задачи исследования определяются поставленной целью (гипотезой) и представляют собой конкретные последовательные этапы (пути и средства) решения проблемы.

- теоретико-методологические основания и методы исследования

Обосновывается выбор той или иной концепции, теории, принципов, подходов, которыми руководствуется магистрант. Описывается терминологический аппарат исследования. Определяются и характеризуются конкретные методы решения поставленных задач, методика и техника проведения эксперимента, обработки результатов и т.п. В зависимости от типа исследования (методологическое, эмпирическое) указанные аспекты раскрываются в отдельной главе (главах) диссертации, либо выступают самостоятельным предметом изучения.

- обзор и анализ источников

Под источниками научного исследования понимается вся совокупность непосредственно используемых в работе материалов, несущих информацию о предмете исследования. К ним могут относиться опубликованные и неопубликованные (архивные) материалы, которые содержатся в официальных документах, проектах, научной и художественной литературе, справочно-информационных, библиографических, статистических изданиях, диссертациях, текстах, рукописях, отчетах о научно-исследовательской работе и опытных разработках и т.п.

В работе дается классификация и краткая характеристика каждого вида источников, указывается их доступность, освоенность и репрезентативность, проводится верификация и обосновывается выбор методов работы с каждым видом источников.

- рамки (границы) исследования

Указываются допущения и ограничения, определяющие масштаб исследования в целом (по времени, пространству, исходным данным).

- обоснование предложенной структуры диссертации

Структура (деление на разделы, главы, наличие приложений) работы должна соответствовать поставленным задачам исследования.

- апробация результатов исследования

Указывается, на каких научных конференциях, семинарах, круглых столах докладывались результаты исследований, включенные в выпускную магистерскую работу. При наличии публикаций, в том числе электронных, приводится их перечень с указанием объема (количества печатных листов) каждой публикации и общего их числа.

В работах прикладного типа апробация полученных результатов обязательна и должна быть подтверждена документально.

Основная часть магистерской диссертации

Основная часть выпускной магистерской работы состоит из нескольких логически завершенных разделов (глав), которые могут разбиваться на параграфы и пункты. Каждый из разделов (глав) посвящен решению одной из задач, сформулированных во введении, и заканчивается выводами, к которым пришел автор в результате проведенных исследований. Каждая глава является базой для последующей. Количество глав не может быть менее двух. Названия глав должны быть предельно краткими и точно отражать их основное содержание. Название главы не может повторять название магистерской диссертации. В начале каждой главы дается общий план последующего изложения с указанием краткого содержания каждого параграфа главы. Последовательность теоретического и экспериментального разделов в основной части выпускной магистерской работы не является регламентированной и определяется типом и логикой исследования. В заключительной главе анализируются основные научные результаты, полученные лично автором в процессе исследования (в сопоставлении с результатами

других авторов), приводятся разработанные им рекомендации и предложения, опыт и перспективы их практического применения.

В *заключении* ВКР магистра формулируются:

- конкретные выводы по результатам исследования, в соответствии с поставленными задачами, представляющие собой решение этих задач.
- основной научный результат, полученный автором в соответствии с целью исследования (решение поставленной научной проблемы, получение/применение нового знания о предмете и объекте), подтверждение или опровержение рабочей гипотезы.
- возможные пути и перспективы продолжения работы.

Все материалы ВКР магистра справочного и вспомогательного характера (не вошедшие в основной текст текстовые документы, таблицы, графики, иллюстрации, схемы организации эксперимента, образцы анкет и тестов, разработанные автором) выносятся в *приложения*. Не допускается перемещение в приложения авторского текста с целью сокращения объема диссертации.

Список использованных источников должен включать все упомянутые и процитированные в тексте работы источники, научную литературу и справочные издания.

В *приложения* включают связанные с выполненной ВКР материалы, которые не могут быть внесены в основную часть: справочные материалы, таблицы, схемы, нормативные документы, образцы документов, инструкции, иллюстрации вспомогательного характера, акты внедрения результатов исследования в производство или в учебный процесс, список опубликованных научных работ по теме исследования и пр.

Содержание магистерской диссертации

Содержание введения, основной части и заключения магистерской диссертации должно точно соответствовать теме работы и полностью ее раскрывать. Содержание работы отражает исходные предпосылки научного исследования, весь его ход и полученные результаты. Выпускная магистерская работа не может быть компилятивной и описательной. Содержание ВКР магистра характеризуется обязательным наличием дискуссионного (полемиического) материала. Содержание работы должно удовлетворять современному состоянию научного знания и квалификационным требованиям, предъявляемым к подготовке магистров.

Язык и стиль магистерской диссертации

Особенностью стиля выпускной магистерской работы как научного исследования является смысловая законченность, целостность и связность текста, доказательность всех суждений и оценок. К стилистическим особенностям письменной научной речи относятся ее смысловая точность (стремление к однозначности высказывания) и краткость, умение избегать повторов и излишней детализации.

Язык магистерской диссертации предполагает использование научного аппарата, специальных терминов и понятий, вводимых без добавочных пояснений. В случае если в работе вводится новая, не использованная ранее терминология, или термины употребляются в новом значении, необходимо четко объяснить значение каждого термина. В то же время не рекомендуется перегружать работу терминологией и другими формальными атрибутами «научного стиля». Они должны использоваться в той мере, в какой реально необходимы для аргументации и решения поставленных задач.

3.3 Примерная тематика и порядок утверждения тем выпускных квалификационных работ

Примерная тематика выпускных квалификационных работ

1. Автоматизация и оптимизация бизнес-процессов с помощью современных информационных технологий.
2. Анализ конкурентной способности компании на рынке ИТ-продуктов и услуг.
3. Анализ конкурентной способности предприятия на рынке ИТ-продуктов и услуг.
4. Оптимизация контента сайта (название).

5. Организация внутрифирменного электронного бизнеса.
6. Организация создания и внедрения веб-сайта предприятия.
7. Совершенствование бизнес-процессов предприятия на основе внедрения информационных систем.
8. Технологии CRM в системе антикризисного управления предприятием.
9. Технология организации межкорпоративного взаимодействия на вертикальных электронных торговых площадках.
10. Управление проектом разработки и внедрения телекоммуникационного бизнес-портала.
11. Управление проектом разработки телекоммуникационного бизнес-портала.
12. Разработка стратегии продвижения компании в Интернете.
13. Социальные сети как инструмент продвижения компании.
14. Разработка интернет-проекта.
15. Разработка SMM-стратегии компании.
16. Разработка стратегии продвижения интернет-магазина.
17. Управление эффективностью интернет-проекта.
18. Контент-маркетинг как инструмент продвижения компании в интернете.
19. Digital-стратегия компании.
20. Стратегия контекстной рекламы в Интернет.
21. PR-инструменты в продвижении интернет-проекта.
22. Вирусный маркетинг как средство реализации коммуникационной политики(на примере предприятия)
23. Разработка стратегии продвижения бренда на рынке B2B (на примере)
24. Проект внедрения инструментов интернет маркетинга в деятельность компании (на примере)
25. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности фирмы
26. Маркетинговые исследования с использованием Интернет
27. Разработка программы продвижения сайта.
28. Совершенствование маркетинговой информационной системы фирмы (на примере).
29. Особенности создания и использования интернет-рекламы (в определенной сфере бизнеса).
30. Создание электронной торговой площадки в сегменте B2B.
31. Маркетинговые исследования в
32. Продвижение предприятия сферы услуг с помощью интернет-технологий.
33. Использование динамического контента при работе с лояльными клиентами.
34. Использование интернет-технологий для реализации социального маркетинга.
35. Повышение эффективности предприятия электронной коммерции средствами интернет-маркетинга.
36. Разработка интернет-представительства фирмы (на примере).

При выборе темы выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации) магистрант должен руководствоваться:

- ее актуальностью для конкретного хозяйствующего субъекта;
- научными интересами кафедры;
- возможностью доступа и получения фактических данных о результатах деятельности объекта исследования и готовностью руководства предприятия к сотрудничеству с магистрантом;
- собственными приоритетами и интересами, связанными с последующей профессиональной деятельностью;
- наличием необходимого объема информации для выполнения магистерской диссертации.

Магистрант имеет право самостоятельно выбрать и обосновать тему выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации). Тема выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации) согласуется с научным руководителем и утверждается заведующим кафедрой в установленном порядке.

Выбор тем выпускных квалификационных работ (магистерских диссертаций) и их утверждение на заседании кафедры производится по регламенту, действующему в университете. После выбора темы ее название указывается в индивидуальном плане магистранта и в заявлении магистранта на утверждение темы и научного руководителя выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации), которое с подписью, подтверждающей согласие научного руководителя, передается секретарю кафедры. После этого магистранту выдается задание на выполнение выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

Формулировка темы выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации) и научный руководитель, утвержденные приказом директора института, подлежат изменению в исключительных случаях.

3.4 Порядок выполнения и представления в государственную экзаменационную комиссию выпускной квалификационной работы

Сроки выполнения ВКР определены учебным планом по направлению подготовки 38.04.05 Бизнес-информатика программы Информационные технологии в маркетинге и графиком учебного процесса и составляют 4 недели.

Приказ о закреплении тем и руководителей ВКР утверждается директором ИСОУ не позднее, чем за шесть месяцев до начала ГИА в соответствии с графиком учебного процесса.

Руководство и контроль за выполнением магистерской диссертации осуществляется ведущими преподавателями кафедры и обладающими соответственной квалификацией и научной степенью. Научный руководитель магистерской диссертации назначается приказом по институту. В обязанности научного руководителя входит руководство научно-исследовательской работой магистранта: выбор темы, заполнение и выполнение магистрантом индивидуального плана, написания отчета о НИР, консультирование по методологическим вопросам, советы по выбору образовательных, научно-исследовательских и научно-практических технологий используемых в процессе написания магистерской диссертации.

Задание, конкретизирующее объем и содержание ВКР, выдается обучающимся руководителем ВКР не позднее двух недель после утверждения приказа о закреплении тем и руководителей ВКР.

ВКР оформляется с соблюдением требований Методического руководства по структуре, содержанию и оформлению выпускной квалификационной работы бакалавров, специалистов, магистров гуманитарных и социально-экономических специальностей и направлений подготовки, действующим в ФГБОУ ВО ТИУ.

График предоставления ВКР для проверки на объем заимствования (плагиат) и нормоконтроля устанавливается кафедрой Маркетинга и муниципального управления, не позднее, чем за месяц до защиты ВКР.

Завершенная ВКР представляется обучающимся руководителю не позднее, чем за десять дней до установленного срока защиты, после проведенной проверки на объем заимствования (плагиат) и нормоконтроля. При необходимости кафедра МиМУ организует и проводит предварительную защиту ВКР, как правило, за две недели до защиты.

ВКР магистров подлежат обязательному рецензированию. Рецензенты назначаются выпускающей кафедрой из числа профессорско-преподавательского состава Университета, не являющихся штатными сотрудниками данной кафедры, а также из числа специалистов предприятий, организаций и учреждений – представителей работодателей

соответствующего профиля. За рецензентом, как правило, может быть закреплено не более десяти рецензируемых работ. Рецензирование большего количества работ одним рецензентом допускается с разрешения проректора по учебной работе. Приказ о рецензировании ВКР утверждает директора ИСОУ.

3.5 Порядок защиты выпускной квалификационной работы

В процессе защиты ВКР обучающийся делает доклад об основных результатах своей работы, как правило, продолжительностью не более 15 минут, отвечает на вопросы членов комиссии по существу работы, а также на вопросы, отвечающие общим требованиям к профессиональному уровню выпускника, предусмотренные ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.04.05 Бизнес-информатика программы Информационные технологии в маркетинге. Общая продолжительность защиты ВКР, как правило, не более 30 минут.

Процедура защиты ВКР может проходить на иностранном языке.

3.6 Критерии выставления оценок (соответствия уровня подготовки выпускника требованиям ФГОС по направлению подготовки 38.04.05 Бизнес-информатика программы Информационные технологии в маркетинге) на основе выполнения и защиты выпускной квалификационной работы.

ОТЛИЧНО (91-100 баллов) – Работа характеризуется высокой степенью проработки теоретических основ, комплексным анализом статистических данных, представленных в динамике, отчетных материалов, организационно-правовых основ, представлением результатов авторских исследований, разработкой конкретных рекомендаций и механизмов их реализации. Доклад обоснован, лаконичен, изложение свободное, умело использованы иллюстративные материалы. Ответы на дополнительные вопросы по теме ВКР лаконичные, обоснованные, полноценные. Представленное в работе исследование носит комплексный характер и имеет практическое значение для исследуемой тематики.

ХОРОШО (76-90 баллов) - Работа характеризуется анализом теоретических основ, статистических данных, отчетных материалов, на основе которого формулируются основные рекомендации. Доклад хорошо структурирован и раскрывает тематику ВКР. Ответы на вопросы лаконичные и обоснованные. Рекомендации данные в работе носят прикладной характер.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (61-75 баллов) – Работа характеризуется анализом теоретических основ и статистических данных, сформулированные рекомендации обоснованы. Доклад структурирован. Ответы на вопросы лаконичные и обоснованные. Рекомендации данные в работе носят теоретический характер.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (менее 61 балла) - Работа характеризуется анализом теоретических основ и статистических данных. Доклад структурирован, но присутствуют грубые ошибки, непонимание сущности излагаемых вопросов.

Рейтинговая оценка выполнения и защиты выпускной квалификационной работы определяется как сумма баллов по каждому из обозначенных требований:

- нормоконтролем от 0 до 10 баллов;
- руководителем проекта (работы) от 0 до 25 баллов;
- рецензентом от 0 до 25 баллов;
- Государственной экзаменационной комиссией от 0 до 40 баллов.

Примерный рейтинговый расчет приведен в таблицах 1, 2, 3, 4.

Таблица 1

Рейтинговая оценка выполнения и защиты выпускной квалификационной работы, оцениваемая руководителем дипломного проектирования

Предъявляемые требования к ВКР	Баллы
--------------------------------	-------

Качество анализа литературы.	0-5
Анализ полноты изучения и применения нормативно-правовых актов, регламентирующих рассматриваемую тематику. Соответствие содержания ВКР предъявленной теме.	0-5
Использование статистических данных, представление динамических рядов оценки социально-политических и экономических процессов, характеризующих различные аспекты рассматриваемой тематики.	0-5
Наличие в работе научного исследования практической новизны. Системность и логическая взаимосвязь всех разделов работы (проекта) друг с другом или с более общей задачей.	0-5
Наличие в работе многофакторного анализа, способствующего выработке в результате написания ВКР рекомендации по повышению эффективности управленческой деятельности.	0-5
Итого:	0-25

Таблица 2

Рейтинговая оценка выполнения и защиты выпускной квалификационной работы,
оцениваемая нормоконтролером

Предъявляемые требования к ВКР	Баллы
Полнота и качество выполнения требований методических указаний по написанию ВКР и требований ГОСТа	0-10
Итого:	0-10

Таблица 3

Рейтинговая оценка выполнения и защиты выпускной квалификационной работы,
оцениваемая рецензентом

Предъявляемые требования к ВКР	Баллы
Качество анализа литературы.	0-5
Анализ полноты изучения и применения нормативно-правовой документации, регламентирующей деятельность государственных и муниципальных органов власти в процессе написания ВКР. Соответствие содержания ВКР предъявленной теме.	0-5
Использование (применение) информационных технологий (систем) в процессе анализа статистических материалов и результатов проведенных исследований в ходе написания работы.	0-5
Наличие в работе научного исследования практической новизны. Системность и логическая взаимосвязь всех разделов работы (проекта) друг с другом или с более общей задачей.	0-5
Наличие в работе многофакторного анализа, способствующего выработке в результате написания ВКР рекомендации по повышению эффективности управленческой деятельности.	0-5
Итого:	0-25

Таблица 4

Рейтинговая оценка выполнения и защиты выпускной квалификационной работ,
оцениваемая каждым членом комиссии

Предъявляемые требования к ВКР	Баллы
Использование современных информационных технологий и средств в работе.	0-10
Соответствие содержания ВКР предъявленной теме. Наличие в работе научной новизны и практической значимости. Уровень анализа нормативно-правовых документов федерального, регионального и муниципального уровней в процессе	0-10

