

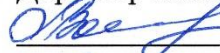
**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**



**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Саратовский государственный университет генетики,
биотехнологии и инженерии
имени Н.И. Вавилова»**

УТВЕРЖДАЮ

Директор института агробизнеса

 /Л.А.Волошук/
« 08 » июня 2025 г.

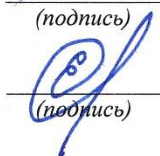
**ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Направление подготовки	38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль)	Маркетинг и рыночная аналитика в АПК
Квалификация выпускника	Бакалавр
Выпускающая (-ие) кафедра (-ы)	«Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК»

Разработчики:

*зав кафедрой «Проектный менеджмент и
внешнеэкономическая деятельность в АПК» Колотырин К.П.*

*Доцент кафедры «Проектный менеджмент и
внешнеэкономическая деятельность в АПК» Ерюшев М.В.*


(подпись)

(подпись)

Саратов 2025

Содержание

1. Основные положения.....	3
2. Государственные аттестационные испытания.....	3
3. Структура государственного экзамена.....	3
4. Требования, предъявляемые к ВКР.....	4
5. Порядок размещения текстов ВКР в электронно-библиотечной системе университета и их проверки на объём заимствования.....	6
6. Материалы для оценки результатов государственного экзамена, ВКР и результатов их защиты.....	8
Приложения.....	9

1. Основные положения

1.1. Программа государственной итоговой аттестации по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) Маркетинг и рыночная аналитика в АПК разработана на основании Положения о государственной итоговой аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, реализуемым в ФГБОУ ВО Вавиловский университет, утверждённого приказом ректора от 30 августа 2022 г. № 57-ОД, а также Порядка разработки (актуализации) программ государственной итоговой аттестации (итоговой аттестации) обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, реализуемым в соответствии с актуализированными ФГОС ВО в ФГБОУ ВО Вавиловский университет, утверждённого приказом ректора от 30 августа 2022 г. № 57-ОД.

1.2. Объём государственной итоговой аттестации по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) Маркетинг и рыночная аналитика в АПК составляет 6 зачетных единиц.

2. Государственные аттестационные испытания

2.1. Государственная итоговая аттестация обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) Маркетинг и рыночная аналитика в АПК проводится в форме подготовке к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

2.2. Государственные аттестационные испытания проводятся в сроки, установленные календарным учебным графиком по основной профессиональной образовательной программе.

2.3. Защита ВКР по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) Маркетинг и рыночная аналитика в АПК проводится на территории ФГБОУ ВО Вавиловский университет (далее – университет).

3. Структура государственного экзамена

3.1. Государственный экзамен по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) Маркетинг и рыночная аналитика в АПК не предусмотрен основной профессиональной образовательной программой.

4. Требования, предъявляемые к ВКР

4.1. Выпускная квалификационная работа (далее – ВКР) – это форма итоговой аттестации обучающегося, завершающего процесс освоения ОПОП, представляющая собой выполненную обучающимся (несколькими обучающимися совместно) работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности в области и (или) сфере, устанавливаемой основной профессиональной образовательной программой, утверждённой решением Ученого совета ФГБОУ ВО Вавиловский университет от 25.05.2021 г. протокол № 6.

4.2. По направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) Маркетинг и рыночная аналитика в АПК допускается выполнение ВКР в виде выпускной квалификационной работы.

4.3. Основным форматом ВКР является:

– проектно-исследовательский формат – разработка (индивидуально или в составе группы) прикладной проблемы, в результате которой создается некоторый продукт – проектное решение.

4.4. Примерный перечень тем ВКР по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) Маркетинг и рыночная аналитика в АПК:

1. Анализ влияния маркетинговых стратегий на продвижение продукции агропромышленного комплекса (на примере...).
2. Анализ влияния экономических факторов на маркетинговую стратегию предприятий АПК (на примере...).
3. Анализ восприятия бренда на рынке (на примере конкретного предприятия конкретного предприятия).
4. Анализ и исследование цен конкурентов для предприятия (фирмы, организации);
5. Анализ и определение конкурентной ситуации и способов повышения конкурентоспособности продукции АПК на примере конкретного предприятия;
6. Анализ и прогноз развития товарного рынка в системе маркетинга компании (на примере конкретного предприятия конкретного предприятия).
7. Анализ и прогнозирование спроса на продукцию АПК
8. Анализ и совершенствование каналов сбыта продукции предприятия АПК (на примере...)
9. Анализ и совершенствование программы стимулирования потребителей на примере конкретного предприятия АПК;
10. Анализ и совершенствование сбытовой стратегии предприятия (организации, фирмы) АПК
11. Анализ и совершенствование товарной стратегии сельскохозяйственного предприятия (организации, фирмы);

12. Анализ и совершенствование ценовой стратегии сельскохозяйственного предприятия (организации, фирмы);
13. Анализ конкурентной среды на рынке сельскохозяйственной продукции и сырья;
14. Анализ конкурентной среды розничного (оптового) торгового предприятия по реализации продуктов питания;
15. Анализ конкурентоспособности брендов на рынке АПК и повышение лояльности к бренду (на российском и зарубежном рынках);
16. Анализ маркетинговых возможностей компании при осуществлении сбытовой политики (на примере конкретного предприятия).
17. Анализ маркетинговых инструментов для повышения конкурентоспособности агропродукции (на примере...).
18. Анализ потребительских предпочтений в целях совершенствования маркетинговой политики предприятия (на примере конкретного предприятия).
19. Анализ потребительского поведения на рынке сельскохозяйственной продукции (на примере...).
20. Анализ рынка органической продукции: тенденции и перспективы маркетинга (на примере...).
21. Анализ рынка ценообразования (на примере конкретного предприятия отрасли: молочной, пищевой и др.)
22. Аналитический подход к разработке стратегий развития торговых марок (на примере конкретного предприятия).
23. Аналитический подход к разработке элементов бренда (на примере конкретного предприятия).
24. Аналитический подход к сегментированию рынка как основа стратегического планирования маркетинга (на примере конкретного предприятия).
25. Влияние сезонности на маркетинговую стратегию в агропромышленном комплексе (на примере...).
26. Влияние ценовой политики на рыночную долю предприятий АПК (на примере...).
27. Интеграция процессов управления маркетинговой деятельностью с помощью маркетинговой информационной системы (на примере конкретного предприятия).
28. Использование методов моделирования и прогнозирования в изучении поведенческих реакций потребителей (на примере конкретного предприятия).
29. Исследование методов продвижения экологически чистой продукции в АПК (на примере...).
30. Исследование роли упаковки и брендинга в продвижении сельскохозяйственной продукции (на примере...).
31. Исследование трендов в маркетинге агропродукции на отечественном рынке (на примере...).

32. Исследование факторов, влияющих на выбор потребителей при покупке продукции АПК (на примере...).
33. Исследование эффективности digital-маркетинга в продвижении сельскохозяйственной продукции (на примере...).
34. Конкурентный анализ рынка образовательных услуг в сегменте управленческих специальностей (на примере конкретного предприятия).
35. Маркетинговая аналитика конкурентных преимуществ предприятия АПК.
36. Маркетинговая аналитика рынка продовольственных товаров (на примере конкретного товара);
37. Маркетинговое исследование ценовых предпочтений покупателей (на примере конкретного предприятия).
38. Маркетинговые исследования в системе управления ассортиментной политикой предприятия (на примере конкретного предприятия).
39. Маркетинговые исследования как основа разработки программы оценки качества обслуживания клиентов (на примере конкретного предприятия).
40. Маркетинговые исследования как основа разработки стратегического плана маркетинга в компании (на примере конкретного предприятия).
41. Особенности проведения маркетинговых исследований на рынке товаров (услуг) (на примере конкретного предприятия).
42. Оценка влияния маркетинговых инноваций на рыночную успешность агропродукции (на примере...).
43. Оценка влияния социальных медиа на восприятие бренда в агропромышленном секторе (на примере...).
44. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций в АПК: традиционные и digital-каналы (на примере...).
45. Оценка эффективности рекламных кампаний в агропромышленном комплексе (на примере...).
46. Применение аналитических инструментов в процессе совершенствования маркетинговой политики (на примере конкретного предприятия).
47. Применение аналитического программного обеспечения для повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятия (на примере конкретного предприятия).
48. Применение маркетинговых исследований в целях повышения эффективности (на примере конкретного предприятия).
49. Применение методов анализа ассортимента в целях совершенствования товарной политики предприятия (на примере конкретного предприятия).
50. Разработка маркетинговой стратегии для малых и средних предприятий в агропромышленном секторе (на примере...).
51. Разработка рекомендаций по улучшению маркетинговой деятельности в агропредприятиях (на примере...).
52. Разработка стратегии брендинга для предприятий АПК с учетом современных рыночных тенденций (на примере...).
53. Совершенствование ассортиментной политики на предприятии АПК (на примере...)

54. Совершенствование стратегии качества сельскохозяйственного сырья на предприятии (организации, фирмы);
55. Управление маркетинговыми исследованиями с целью формирования ассортиментной политики в АПК (на примере...).

4.5. Требования к структуре, порядок выполнения и оформления ВКР представлены в методических указаниях для выполнения ВКР (приложение 1).

5. Порядок размещения текстов ВКР в электронно-библиотечной системе университета и их проверки на объём заимствования

5.1. Тексты ВКР по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) Маркетинг и рыночная аналитика в АПК, за исключением текстов ВКР, содержащих сведения, составляющие государственную тайну, размещаются в электронно-библиотечной системе (далее – ЭБС) университета и проверяются на объём заимствования.

5.2. Заведующие выпускающими кафедрами назначают ответственных за размещение текстов ВКР в ЭБС университета и их проверку на наличие неправомерного заимствования, и необоснованного цитирования из числа профессорско-преподавательского состава кафедры.

5.3. Проверка текстов ВКР на наличие неправомерного заимствования и необоснованного цитирования осуществляется с использованием системы «ВКР-ВУЗ».

5.4. Правомерно заимствованными могут быть следующие материалы:

- официальные документы федеральных государственных органов и органов местного самоуправления муниципальных образований, в том числе законов, других нормативных актов, судебные решения, иные материалы законодательного, административного и судебного характера, официальные документы международных организаций, а также их официальные переводы;
- государственные символы и знаки (флаги, гербы, ордена, денежные знаки и тому подобное), а также символы и знаки муниципальных образований;
- произведения народного творчества (фольклор), не имеющие конкретных авторов;
- сообщения о событиях и фактах, имеющие исключительно информационный характер;
- устойчивые выражения;
- ранее опубликованные материалы автора работы (самоцитирование).

5.5. Не считаются воспроизведением / цитированием включенные в текст ВКР:

- исходные формулы, шапки типовых таблиц, графиков и диаграмм, библиографические описания источников (кроме списков использованных источников, воспроизведенных большими фрагментами или целиком);

– фрагменты нормативных правовых актов и локальных актов организаций, предприятий, включенные в текст ВКР в качестве иллюстраций и примеров (при соблюдении правил цитирования).

5.6. В случае если объем заимствованного текста в ВКР превышает суммарный допустимый предел, то цитируемые фрагменты целесообразно переносить в приложения, в частности в случае цитирования нормативных правовых актов и локальных актов организаций, предприятий, учреждений.

5.7. Если ВКР содержит оригинального текста менее 40% от общего объема работы, она должна быть возвращена обучающемуся на доработку и пройти повторную проверку не позднее 3 календарных дней до даты защиты.

5.8. Использование заимствованного текста без ссылки на автора и / или источник заимствования в ВКР не допускается.

При использовании в тексте ВКР идей или разработок, принадлежащих соавторам, коллективно с которыми были написаны документы, автор обязан отметить это обстоятельство в тексте работы. Указанные ссылки должны делаться также в отношении документов автора, выполненных им как единолично, так и в соавторстве.

5.9. Размещению в ЭБС университета в течение 10-ти дней после защиты ВКР подлежат тексты ВКР обучающихся, по итогам защиты которых получены положительные оценки, за исключением работ, содержащих сведения, составляющих государственную тайну.

5.10. Доступ к текстам ВКР должен быть обеспечен в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации, с учетом изъятия производственных, технических, экономических, организационных и других сведений, в том числе о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам, в соответствии с решением правообладателя.

5.11. В случае наличия в ВКР производственных, технических, экономических, организационных и других сведений, в том числе о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам, такие сведения изымаются из электронной версии ВКР на основании решения заседания выпускающей кафедры при наличии обоснования руководителя ВКР. Обоснование составляется и подписывается руководителем ВКР в произвольной форме.

5.12. Обоснование руководителя ВКР об исключении из электронной версии ВКР необходимых сведений вкладывается в пояснительную записку сброшюрованной ВКР. При изъятии руководителем ВКР таких сведений из электронного варианта ВКР в тексте работы (на изъятых страницах) делается соответствующая запись «сведения изъяты».

6. Материалы для оценки результатов государственного экзамена, ВКР и результатов их защиты

Материалы для оценки результатов защиты ВКР представлены в виде оценочных материалов для проведения ГИА (приложение 2).

Программа рассмотрена на заседании кафедры «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» 07 июля 2025 г. (протокол № 12).