

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация об документе: МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФИО: Хоружий Людмила Ивановна ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
Должность: Директор института экономики и управления АПК РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –  
Дата подписания: 23.03.2025 09:28:22 МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»  
Уникальный программный ключ: (ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)  
1e90b132d9b04dce67585160b015dddf2cb1e6a9



Институт ДПО  
Кафедра экономики и организации производства  
Кафедра бухгалтерского учета, финансов и налогообложения

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор института экономики  
и управления АПК  
Л.И. Хоружий  
“29” Февраль 2025 г.

**ПРОГРАММА  
ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО МОДУЛЮ  
Б1.В.25.05(К) Маркетолог**

Направление: 38.03.01 Экономика

Квалификация – бакалавр

Год начала подготовки: 2025

Москва, 2025

Составители:

Сергеева Н.В., к.э.н., доцент

Бирюкова Т.В., к.э.н., доцент

Малыха Е.Ф., к.э.н., доцент

Ливанова Р.В., к.э.н., доцент

«27» августа 2025 г.

Программа итогового экзамена по модулю «Маркетолог» для направления подготовки 38.03.01 Экономика обсуждена на заседании ученого совета института экономики и управления АПК, протокол № 1 от «28» августа 2025 г.

Заведующий выпускающей  
кафедрой экономики  
и организации производства  
Быков А.А., д.э.н., доцент

«28» августа 2025 г.

Рецензент: Бутырин В.В., д.э.н.,  
руководитель проектов  
ООО УК «Металлоинвест»

«28» августа 2025 г.

**Согласовано:**

Программа итогового экзамена по модулю «Маркетолог» для направления подготовки 38.03.01 Экономика обсуждена на заседании учебно-методической комиссии института экономики и управления АПК, протокол № 1 от «28» августа 2025 г.

Председатель УМК  
Гупалова Т.Н., к.э.н., доцент

«28» августа 2025 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ .....	3
1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ .....	4
1.1 Виды и объем государственной итоговой аттестации выпускников по направлению подготовки .....	4
1.2 Виды и задачи профессиональной деятельности выпускников .....	4
1.3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ (МОДУЛЯ) Б1.В.25 «МАРКЕТОЛОГ», НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ФУНКЦИЙ .....	3
2. ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПУСКНИКУ, ПРОВЕРЯЕМЫЕ В ХОДЕ ЭКЗАМЕНА .....	6
2.1 Перечень основных учебных дисциплин образовательной программы, выносимых на государственный экзамен .....	6
2.2 Порядок проведения экзамена .....	11
2.2.1 Проведение государственного экзамена .....	11
2.2.2 Использование учебников, пособий .....	12
2.2.3 Рекомендуемая литература .....	13
2.3 Критерии выставления оценок на государственном экзамене .....	16

## **1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### **1.1. Виды и объем государственной итоговой аттестации выпускников по программе (модулю) профессиональной переподготовки**

Профессиональными стандартом 08.035 Маркетолог, утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08 ноября 2023 года № 790н в рамках Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 38.03.01 Экономика предусмотрена государственная итоговая аттестация слушателя в виде итогового экзамена.

Объем государственной итоговой аттестации по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, направленность программы «Организация бизнес-процессов предприятия», модулю Б1.В.25 «Маркетолог» составляет 1 зачетная единица (36 час.), из них

### **1.2. Виды и задачи профессиональной деятельности выпускников**

Виды деятельности выпускников:

Основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки 38.03.01 Экономика предусматривается подготовка выпускников к следующим видам профессиональной деятельности:

- *аналитической.*

#### **Задачи профессиональной деятельности**

- в аналитической деятельности:

знать нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; принципы системного анализа; методы проведения маркетингового исследования;

уметь определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования; проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;

владеть методиками планирования проведения маркетингового исследования; навыками определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования.

### 1.3. Требования к результатам освоения программы (модуля) Б1.В.25 «Маркетолог», необходимые для выполнения профессиональных функций

Таблица 1 – Требования к результатам освоения программы

№ п/п	Код компетенции/ индикатора компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Подготовка к сдаче и сдача экзамена
1.	ПКДпо-1	Способен организовать подготовку к проведению маркетингового исследования	+
2.	ПКДпо-1.1	Знает нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность	+
3.	ПКДпо-1.2	Знает принципы системного анализа	+
4.	ПКДпо-1.3	Знает подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования	+
5.	ПКДпо-1.4	Знает технологию анализа нормативно-правовой документации и способы ее использования при подготовке предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности, с применением возможностей электронных ресурсов, официальных сайтов	+
6.	ПКДпо-1.5	Знает методы планирования проведения маркетингового исследования	+
7.	ПКДпо-2	Способен проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	+
8.	ПКДпо-2.1	Знает методы проведения маркетингового исследования	+
9.	ПКДпо-2.2	Умеет проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга	+
10.	ПКДпо-2.3	Владеет навыками подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	+

#### Цель и задачи итоговой аттестации

Целью итоговой аттестации (экзамена) является установление уровня подготовки студентов-выпускников Университета к выполнению профессиональных задач и соответствия их подготовки требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования и профессионального стандарта 08.035 Маркетолог.

Задачами итоговой аттестации (экзамена) по модулю «Маркетолог» являются:

- выявление реализации требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика», направленность (профиль): «Организация бизнес-процессов предприятия»;

- установление уровня подготовки выпускников к самостоятельной деятельности в профессиональной области: 08 Экономика и финансы;

- проверка сформированности и освоенности у выпускников профессио-

нальных дополнительных компетенций;

- выявление степени использования наиболее значимых профессиональных компетенций и необходимых для них знаний и умений;
- проверка готовности выпускника к выполнению видов деятельности, предусмотренных ФГОС ВО.

## **2. Требования к выпускнику, проверяемые в ходе экзамена**

### **2.1. Перечень основных учебных дисциплин образовательной программы, выносимых на экзамен**

На экзамен выносятся следующий перечень вопросов:

Дисциплина 1. Б1.В.25.01 «Нормативно-правовое обеспечение сделок»

1. Торговое посредничество.
2. Общие положения об обязательственных правоотношениях.
3. Защита прав потребителей при розничной купле-продаже.
4. Корпорации и их признаки.
5. Конкуренция торговых организаций (понятие, формы).
6. Особенности предпринимательских договоров и их классификация.
7. Правовые требования к рекламе.
8. Правовое положение участников рекламной деятельности.
9. Участники оптового товарооборота.
10. Правовое обеспечение сертификации и стандартизации товаров.
11. Средства индивидуализации бизнеса, товара.
12. Товарный знак: понятие и правовая охрана.
13. Государственный контроль в торговле.
14. Фидуциарные сделки и их характеристика.
15. Договор коммерческой концессии.
16. Государственное регулирование и контроль в рекламной деятельности.
17. Информационные продукты для бизнеса (виды, информационный рынок).
18. Несостоятельность (банкротство) торговых организаций.
19. Особенности заключения договоров на оптовых ярмарках, товарных биржах.
20. Понятие ненадлежащей рекламы.
21. Договоры купли-продажи (понятие, виды, особенности каждого вида).
22. Порядок создания и реорганизации торговых организаций.
23. Признание торговой организации банкротом (несостоятельной).
24. Ликвидация торговой организации.
25. Способы обеспечения договорных обязательств по купле-продаже.
26. Гражданско-правовая ответственность партнеров при осуществлении торговой деятельности.
27. Понятие рекламы, классификация и экономико-правовые признаки.
28. Гражданско-правовые договоры в сфере рекламной деятельности.

29. Условия действительности и недействительности торговых сделок.
30. Порядок заключения и расторжения торгового договора.
31. Применение неустойки и залога в торговых сделках.
32. Классификация участников торговой деятельности.
33. Лицензионный договор и договор простого товарищества.
34. Порядок заключения гражданско-правовых договоров и их классификация.
35. Маркетинговый договор.
36. Преимущества и особенности франчайзинга как вида предпринимательской деятельности.
37. Договор на создание рекламы и ее распространения.
38. Лицензирование отдельных видов торговой деятельности.
39. Субъекты рекламных правоотношений и их ответственность.
- Договор на создание рекламы и ее распространения.
39. Лицензирование отдельных видов торговой деятельности.
40. Субъекты рекламных правоотношений и их ответственность

Дисциплина 2 Б1.В.25.02 «**Продуктовый маркетинг в зеленой экономике**»

1. Что такое продуктовая политика фирмы?
2. Назовите основные цели продуктовой политики фирмы.
3. Назовите факторы внешнего окружения компании, влияющие на управление продуктовой политикой компании при переходе к зеленой экономике.
4. Что такое управление продуктовой категорией?
5. Дайте определение понятий «товар», «услуга» и «продукт»?
6. Каковы отличия услуги от товара?
7. Дайте определение понятия «маркетинговый комплекс».
8. Дайте определение понятия «управление продуктом».
9. Какие модели процесса разработки и внедрения инноваций вы знаете при переходе к зеленой экономике.
10. Перечислите основные этапы разработки нового товара при переходе к зеленой экономике.
11. Перечислите какие источники генерации идей вы знаете.
12. Что такое марочный товар?
13. Раскройте сущность торговой марки.
14. Дайте определение бренда при переходе к зеленой экономике.
15. Какие атрибута бренда вы знаете? Приведите примеры.
16. Дайте определение понятий качество и конкурентоспособности продукции. В чем их взаимосвязь, особенности и отличия?
17. Дайте определение понятия сертификация товара.
18. Перечислите методы обеспечения качества продукции.
19. Сущность понятия «потенциал рынка».
20. Перечислите основные группы методов определения объема рынка и раскройте их сущность.
21. Перечислите основные уровни конкуренции в соответствии с

- этапами принятия потребителем решения о покупке при переходе к зеленой экономике.
22. Дайте определение понятия «стратегия продукта».
  23. Перечислите составляющие элементы стратегии продукта.
  24. Какие стратегии продукта, реализуемые на протяжении его жизненного цикла, вы знаете при переходе к зеленой экономике.
  25. Дайте определение понятия «товародвижение».
  26. Какие виды каналов товародвижения вы знаете?
  27. Перечислите основные этапы разработки интегрированных маркетинговых коммуникаций.
  28. Раскройте методику расчета цены, основанную на трех методах: конкурентной цены, цены потребителя и с точки зрения затрат компании.
  29. Перечислите основные цели плана маркетинга.
  30. Сущность и задачи коммерческой деятельности на потребительском рынке товаров и услуг.
  31. Технология продажи с точки зрения психологии торговли.
  32. Характеристика современных форм и методов организации торговли.
  33. Типизация и специализация торговых предприятий.
  34. Характеристика методов обслуживания покупателей в оптовой и розничной торговле.
  35. Понятие и сущность НТП и его влияние на развитие торговых предприятий.
  36. Основные пути и направления использования достижений НТП в торговле.
  37. Классификация и характеристика современных систем автоматизации торговой деятельности.
  38. Автоматизация складских процессов.
  39. Комплексное внедрение информационных технологий в розничной торговле.
  40. Программное обеспечение для торговли: функции и параметры.
  41. Управление электронным торговым оборудованием
  42. Складской технологический процесс и его составные части.
  43. Виды организации технологических процессов на складах.
  44. Методы продажи товаров со склада фирмы-оптовика.
  45. Организация внешних продаж.
  46. Финансово-экономические показатели эффективности использования товарных складов.
  47. Организация управления складским технологическим процессом.
  48. Автоматизированные системы управления складскими технологическими процессами.
  49. Содержание торгово-технологического процесса в магазине.
  50. Организация и технология разгрузки и приемки товаров по количеству и по качеству.

### Дисциплина 3 Б1.В.25.03 «Маркетинговые исследования»

1. Понятие, сущность, цели и виды маркетингового исследования.
2. Принципы проведения маркетингового исследования.
3. Методы проведения маркетинговых исследований.
4. Кабинетное исследование. Методы анализа документов. Информационно-целевой анализ.
5. Контент-анализ.
6. Полевое исследование: наблюдение, опрос, эксперимент.
7. Специфика Российских условий проведения маркетинговых исследований.
8. Определение проблемы и целей исследования, разработка рабочей гипотезы.
9. Факторы внешней и внутренней среды, влияющие на исследуемую проблему.
10. Метод «Дельфи». Преимущества и недостатки применения.
11. Метод «Мозгового штурма». Преимущества и недостатки применения.
12. Понятие и свойства маркетинговой информации.
13. Систематизация информации. Критерии систематизации.
14. Источники вторичной информации. Достоинства и недостатки.
15. Маркетинговая информационная система: понятие, принципы формирования и функционирования.
16. Структура маркетинговой информационной системы.
17. Подсистемы внутренней отчетности.
18. Маркетинговый банк данных.
19. Банк статистических процедур. Банк моделей.
20. Разработка плана исследования. Методы и процедуры маркетинговых исследований.
21. Инструменты маркетинговых исследований. Инструменты сбора первичных данных. Анкета и автоматические устройства.
22. Методы и процедуры выборки. Методы и средства обработки, анализа и обобщения информации. Расчет стоимости исследования.
23. Методы анализа информации. Исследования по вторичным и первичным источникам. Количественные исследования. Качественные исследования.
24. Заказные исследования и исследования, проводимые собственными силами службы (отдела) маркетинга.
25. Услуги специализированных маркетинговых агентств. Достоинства и недостатки.
26. Мультиклиентные исследования.
27. Омнибусные исследования.
28. Особенности процедур подготовки и проведения наблюдения.
29. Особенности процедур подготовки и проведения эксперимента.
30. Организация и проведение опросов.
31. Принципы измерения и шкалирования. Форматы шкал для маркетинговых опросов.
32. Разновидности интервью и методика их проведения.
33. Ситуационный анализ деятельности конкурентов: анализ рыночной доли.

34. Влияние реализации продукции (услуг) на рыночную долю.
35. Методы оценки ёмкости рынка. Конкурентная карта рынка.
36. Формирование системы ценностей потребителей относительно конкретного продукта.
37. Сущность ситуационного анализа, необходимость применения SWOT- анализа.
38. Маркетинговые исследования проводимое с помощью экспертных оценок.
39. Портфельный анализ деятельности предприятия. Формы и виды отчета. Устная презентация.
40. Оценка эффективности проекта.

#### Дисциплина 4 Б1.В.25.04 «Электронный документооборот в 1С»

1. Правовые основы обмена электронными документами;
2. Понятие электронного документа;
3. Понятие электронной подписи и ее виды;
4. Юридическая сила документов, подписанных электронной подписью;
5. Подтверждение расходов и вычетов электронными документами;
6. Начало обмена электронными документами;
7. Соглашение об обмене электронными документами;
8. Настройка обмена электронными документами в «1С:Бухгалтерии 8»;
9. Получение сертификата электронной подписи с помощью «1С:Подпись»;
10. Быстрое (безбумажное) продление сертификата «1С:Подпись»;
11. Машиночитаемая доверенность;
12. Обмен первичными документами в электронном виде;
13. Выставление электронного первичного документа в «1С:Бухгалтерии 8»;
14. Выставление исправленного электронного первичного документа в «1С:Бухгалтерии 8»;
15. Получение электронного первичного документа в «1С:Бухгалтерии 8»;
16. Получение исправленного электронного первичного документа в «1С:Бухгалтерии 8»;
17. Аннулирование электронного первичного документа по инициативе продавца в «1С:Бухгалтерии 8»;
18. Аннулирование электронного первичного документа по инициативе покупателя в «1С:Бухгалтерии 8»;
19. Аннулирование электронного первичного документа (информации продавца) до подписания покупателем по инициативе продавца в «1С:Бухгалтерии 8».
20. Правовые основы обмена электронными документами;
21. Понятие электронного документа;
22. Понятие электронной подписи и ее виды;
23. Юридическая сила документов, подписанных электронной подписью; 33
24. Подтверждение расходов и вычетов электронными документами;
25. Начало обмена электронными документами;
26. Соглашение об обмене электронными документами;
27. Настройка обмена электронными документами в «1С:Бухгалтерии 8»;

28. Получение сертификата электронной подписи с помощью «1С:Подпись»;
29. Быстрое (безбумажное) продление сертификата «1С:Подпись»;
30. Машиночитаемая доверенность;
31. Обмен первичными документами в электронном виде;
32. Выставление электронного первичного документа в «1С:Бухгалтерии 8»;
33. Выставление исправленного электронного первичного документа в «1С:Бухгалтерии 8»;
34. Получение электронного первичного документа в «1С:Бухгалтерии 8»;
35. Получение исправленного электронного первичного документа в «1С:Бухгалтерии 8»;
36. Аннулирование электронного первичного документа по инициативе продавца в «1С:Бухгалтерии 8»;
37. Аннулирование электронного первичного документа по инициативе покупателя в «1С:Бухгалтерии 8»;
38. Аннулирование электронного первичного документа (информации продавца) до подписания покупателем по инициативе продавца в «1С:Бухгалтерии 8».
39. Порядок выставления и получения электронных счетов-фактур;
40. Обмен электронным универсальным передаточным документом (УПД) в «1С:Бухгалтерии 8»

Студенты обеспечиваются списком вопросов, выносимых на государственный экзамен, и рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену, в том числе перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену.

## **2.2. Порядок проведения экзамена**

Итоговый экзамен проводится в строгом соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, календарным учебным графиком, расписанием проведения экзамена.

Перед экзаменом проводится консультирование обучающихся по вопросам, включенным в программу экзамена (далее - предэкзаменационная консультация).

Итоговый экзамен принимается государственной экзаменационной комиссией (ГЭК).

Итоговый экзамен сдается по билетам утвержденного образца. Каждый билет содержит по три теоретических вопроса, предназначенных для отражения сформированности профессиональных компетенций, в том числе профессиональных дополнительных компетенций.

Итоговый экзамен проводится в соответствии с утвержденным расписанием, в котором указывается дата проведения, время и аудитория.

При проведении устного экзамена в аудитории могут готовиться к ответу одновременно не более шести экзаменуемых, каждый из которых располагается за отдельным столом.

Студентам выдаются проштампованные чистые листы, на которых они должны изложить ответы по вопросам билета. Каждый лист подписы-

вается экзаменуемым студентом разборчиво с указанием фамилии, имени, отчества, личной росписи и по окончании ответа сдается ответственному секретарю. На подготовку к экзамену студенту отводится не более 30 минут.

Ответ студента слушается всеми членами ГЭК. С целью объективного оценивания студенту могут задаваться дополнительные и (или) уточняющие вопросы. Ответ студента оценивается в большей степени по основным вопросам билета. Каждый член ГЭК оценивает студента отдельно. Оценка выставляется в соответствии с критериями по принятой четырех балльной системе. Итоговая оценка определяется по окончании государственного экзамена, где члены ГЭК обсуждают и оценивают ответы студентов на закрытом заседании. По окончании заседания результаты объявляются Председателем ГЭК. Результаты государственного аттестационного испытания, проводимого в устной форме, объявляются в день его проведения. По результатам государственных аттестационных испытаний обучающийся имеет право на апелляцию. Апелляция подается лично обучающимся не позднее следующего рабочего дня после объявления результатов.

Ответ студента оценивается преподавателями-членами ГЭК, ответственными за соответствующую дисциплину государственного экзамена в соответствии с критериями п.2. по принятой четырех балльной системе. Итоговая оценка определяется по окончании проверки всех вопросов заданий для каждого студента. Члены ГЭК обсуждают и оценивают письменные ответы студентов на закрытом заседании с выведением общей взвешенной оценки.

По результатам государственных аттестационных испытаний обучающийся имеет право на апелляцию.

Для обучающихся из числа инвалидов государственная итоговая аттестация проводится организацией с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Процедура организации и проведения государственного экзамена возможна в дистанционном формате в соответствии с Положением об особенностях государственного экзамена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении "Российский государственный аграрный университет-МСХА имени К.А. Тимирязева" (по образовательным программам высшего образования- программам бакалавриата, специалитета и магистратуры), принятым Ученым советом Университета (протокол №9 от 28 апреля 2020 г.).

### **2.3. Использование учебников, пособий**

Использование учебников, и других пособий не допускается.

### **2.4. Рекомендуемая литература**

При подготовке к государственному экзамену студенту выдается список основной и дополнительной литературы.

## Дисциплина 1. Б1.В.25.01 «**Нормативно-правовое обеспечение сделок**»

Основная литература, рекомендуемая при освоении дисциплины:

1. Предпринимательское право: учебник и практикум для вузов. Под редакцией Т.В. Бкловой – Москва: Издательство Юрайт, 2023
2. Разумовская, Е. В. Предпринимательское право: учебник для вузов Е. В. Разумовская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019.

Дополнительная литература, рекомендуемая при освоении дисциплины:

1. Белов, В. А. Гражданское право в 2 т. Том 1. Общая часть : учебник для вузов / В. А. Белов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019.
2. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/>
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/5370214>.
4. Гражданское право : учебник : в 2 томах : [16+] / под ред. Б. М. Гонгало. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Статут, 2021. — Том 1. — 614 с.  
Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=683365](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=683365)

## Дисциплина 2. Б1.В.25.02 «**Продуктовый маркетинг в зеленой экономике**»

Основная литература, рекомендуемая при освоении дисциплины:

1. Хворостяная, А. С. Стратегический бренд-менеджмент : учебник для вузов / А. С. Хворостяная. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19360-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/556347>
2. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 478 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20372-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/558155>
3. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16683-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535694>

Дополнительная литература, рекомендуемая при освоении дисциплины:

1. Карпова, С. В. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 439 с. — (Бакалавр. Академический курс). —

ISBN 978-5-9916-3732-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/532697>

2. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559316>

3. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538866>

### Дисциплина 3. Б1.В.25.03 «Маркетинговые исследования»

Основная литература, рекомендуемая при освоении дисциплины:

1. Хворостяная, А. С. Стратегический бренд-менеджмент : учебник для вузов / А. С. Хворостяная. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19360-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/556347>

2. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 478 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20372-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/558155>

3. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16683-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535694>

Дополнительная литература, рекомендуемая при освоении дисциплины:

1. Карпова, С. В. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 439 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3732-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/532697>

2. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559316>

3. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15415-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538866>

### Дисциплина 3. Б1.В.25.03 «Электронный документооборот в 1С»

Основная литература, рекомендуемая при освоении дисциплины:

1. . Бухгалтерский финансовый учет: учебник/ Л.И. Хоружий и др.. М.: Изд-во – МСХА, 2013. – 357 с.

2. Макунина, И. В. и др. Электронный практикум по бухгалтерскому учету и отчетности: учебное пособие / И. В. Макунина, В. А. Матчинов, Р. В. Ливанова. - Москва: РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2015. - 121 с.

3. Дмитриева, И. М. Бухгалтерский учет и анализ: учебник для вузов/ И. В. Захаров, О. Н. Тарасова; под редакцией И. М. Дмитриевой. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03353-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468674>

Дополнительная литература, рекомендуемая при освоении дисциплины:

1. Салмин, П. С. Практикум по «1С: Бухгалтерия»: учебно-методическое пособие / П. С. Салмин, Н. А. Салмина. — Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И.

Лобачевского, 2020. — 86 с.— Текст: электронный// Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/144533>;

2. Федорова, О. В. Бухгалтерский учет: учебное пособие / О. В. Федорова, А. Б. Васильева, Н. Д. Авилова. — Москва: РУТ (МИИТ), 2019 — Часть 1 — 2019. — 52 с. — Текст: электронный// Лань: электронно-библиотечная система. — URL: [https://e.lanbook.com/book/175657\\$](https://e.lanbook.com/book/175657$)

3. Милосердова, А. Н. Бухгалтерский финансовый учет: учебное пособие / А.Н. Милосердова, Е. Ю. Пухова, Н. А. Софьин. — Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2021. — 297 с.— Текст: электронный// Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/191516>

#### 2.5. Критерии выставления оценок на итоговом экзамене

При выставлении оценок на итоговом экзамене используют следующие критерии, представленные в таблице 2.

Таблица 2. Критерии выставления оценок на государственном экзамене

Оценка	Критерий
<b>«ОТЛИЧНО»</b>	Студент не только продемонстрировал полное фактологическое усвоение материала и умение аргументировано обосновать теоретические постулаты и методические решения, но и умеет осознанно и аргументировано применять методические решения для НЕСТАНДАРТНЫХ задач. Компетенции сформированы на уровне – <b>высокий</b>
	Студент не только продемонстрировал полное фактологическое усвоение материала и умение аргументировано обосновать теоретические постулаты и методические решения, но и умеет РЕШАТЬ НЕСТАНДАРТНЫЕ задачи. Компетенции сформированы на уровне – <b>высокий</b>

<b>«ХОРОШО»</b>	Студент продемонстрировал полное фактологическое усвоение материала, но и либо умение: а) аргументировано обосновать теоретические постулаты и методические решения; б) решать СТАНДАРТНЫЕ задачи. Компетенции сформированы на уровне – <b>хороший (средний)</b>
	Студент продемонстрировал либо: а) полное фактологическое усвоение материала; б) умение аргументировано обосновывать теоретические постулаты и методические решения; с) умение решать СТАНДАРТНЫЕ задачи. Компетенции сформированы на уровне – <b>хороший (средний)</b>
<b>«УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО»</b>	Студент продемонстрировал либо: а) НЕПОЛНОЕ фактологическое усвоение материала при наличии базовых знаний, б) НЕПОЛНОЕ умение аргументировано обосновывать теоретические постулаты и методические решения при наличии базового умения, с) НЕПОЛНОЕ умение решать СТАНДАРТНЫЕ задачи при наличии базового умения. Компетенции сформированы на уровне – <b>достаточный</b>
	Студент на фоне базовых знаний НЕ продемонстрировал либо: а) умение аргументировано обосновать теоретические постулаты и методические решения при наличии базового умения, б) умение решать СТАНДАРТНЫЕ задачи при наличии базового умения Компетенции сформированы на уровне – <b>достаточный</b>
<b>«НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО»</b>	Студент на фоне базовых (элементарных) знаний продемонстрировал лишь базовое умение решать СТАНДАРТНЫЕ (элементарные) задачи. Компетенции <b>не сформированы</b>
	Студент НЕ имеет базовых (элементарных) знаний и не умеет решать СТАНДАРТНЫЕ (элементарные) задачи. Компетенции <b>не сформированы</b>

## СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ

Бирюкова Т.В., канд. экон. наук, доцент (дисциплина 2, 3)



(подпись)

Малыха Е.Ф., канд. экон. наук, доцент (дисциплина 1)



(подпись)

Сергеева Н.В., канд. экон. наук, доцент (дисциплина 1)



(подпись)

Ливанова Р.В., канд. экон. наук, доцент (дисциплина 4)



(подпись)