

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 28.06.2023 16:44:13

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт экономики предприятий
Кафедра коммерции, сервиса и туризма

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 11 от 30 мая 2023 г.)

ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Направление подготовки: 38.03.06. ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Образовательная программа: Управление бизнесом в сфере электронной коммерции

Квалификация (степень) выпускника - бакалавр

Самара 2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

Общие положения

1. Выпускная квалификационная работа
2. Требования к ВКР
3. Обязанности и ответственность руководителя ВКР
4. Порядок рецензирования
5. Допуск к защите ВКР
6. Защита ВКР
7. Фонд оценочных средств
8. Процедура апелляции по результатам государственных итоговых аттестационных испытаний
9. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение государственной итоговой аттестации

Общие положения

Государственная итоговая аттестация (ГИА) обучающихся по направлению 38.03.06. «Торговое дело» программе «Управление бизнесом в сфере электронной коммерции» проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите выпускной квалификационной работы и процедуру защиты выпускной квалификационной работы.

Уровень образования - бакалавриат.

Объем ГИА в соответствии с требованиями ФГОС, рабочего учебного плана составляет 6 з.е.

1. Выпускная квалификационная работа

1.1. Порядок согласования и утверждения тем выпускной квалификационной работы

Для направлений подготовки бакалавриата - ВКР выполняется в форме выпускной квалификационной работы (Положение о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в ФГАОУ ВО «СГЭУ», (утв. Приказом и.о. ректора № 275-ОВ от 28.04.2023 г.).

Выбор темы осуществляется обучающимся с учетом тематики выпускных квалификационных работ, утвержденных кафедрой, соответствующих научных интересов, практических знаний и опыта, актуальности темы в теоретическом и практическом плане. Тема выпускной квалификационной работы должна отражать ключевые направления подготовки бакалавров программы «Управление бизнесом в сфере электронной коммерции» в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом.

При выборе темы исследования обучающийся может использовать следующие приемы:

- анализ и систематизация материалов научной литературы, периодических изданий, практических исследований;
- консультации с преподавателями, специалистами-практиками, позволяющие выявить наиболее актуальные проблемы коммерческой деятельности на предприятиях сферы торговли.

Обучающемуся предоставляется право выбора темы выпускной квалификационной работы вплоть до предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки.

Темы составлены таким образом, чтобы в процессе их выполнения обучающийся показал уровень своих знаний по профилирующим предметам, мог провести теоретическое и практическое исследование по теме с использованием статистических, математических, графических и описательных методов.

Выбранная тема по заявлению обучающегося утверждается заведующим кафедрой и вносится в приказ ректора университета.

Темы выпускных квалификационных работ и руководители утверждаются приказом ректора ФГАОУ ВО СГЭУ и изменению не подлежат.

Выбор темы выпускной квалификационной работы обучающийся обязан завершить до начала производственной практики (преддипломной). Если магистрант не выполнил это требование, заведующий назначает ему тему ВКР по собственному усмотрению.

1.2. Примерный перечень тем ВКР

1. Формирование системы электронной коммерции на предприятии
2. Совершенствование системы электронной коммерции на предприятии
3. Интернет-технологии в электронной коммерции
4. Особенности электронной коммерции на рынке услуг
5. Организация электронной коммерции в сегменте B2B
6. Маркетинговая поддержка электронной коммерции
7. Развитие Интернет-рекламы в системе электронной коммерции

8. Логистическая поддержка электронной коммерции
9. Формирование спроса на рынке электронной коммерции
10. Разработка бизнес-проекта Интернет-магазина
11. Маркетинговая поддержка Интернет-торговли
12. Логистическая система Интернет-торговли
13. Продвижение товаров и услуг в цифровом торговом пространстве.
14. Организация торгового бизнеса в цифровой экономике
15. Управление конкурентоспособностью торгового бизнеса
16. Формирование имиджа компании
17. Развитие бизнеса в социальных сетях
18. Интернет-продвижение потребительских товаров
19. Внедрение современных маркетинговых технологий в практику коммерческой деятельности предприятия
20. Интенсификация продаж на основе развития электронной торговли
21. Информационное обеспечение коммерческой деятельности торгового предприятия
22. Использование инструментов маркетинга в коммерческой деятельности организаций на рынке услуг сайтов агрегаторов
23. Лицензионная торговля как основная форма торговли технологиями
24. Организация и планирование закупок продукции предприятий торговли
25. Организация и развитие коммерческой деятельности в системе франчайзинга
26. Организация коммерческой деятельности торгового предприятия
27. Организация торгового пространства на основе мерчандайзинга
28. Развитие коммерческой деятельности организации в электронной среде
29. Управление ассортиментом предприятия торговли
30. Услуги как фактор повышения конкурентоспособности предприятий торговли
31. Анализ интернет-активности конкурентов
32. Ведение и оценка эффективности рекламных кампаний в интернет-среде
33. Эффективность маркетинговых коммуникаций в сети Интернет
34. CRM-технологии в торговом бизнесе
35. Управление и совершенствование работы электронных магазинов
36. Формирование и развитие дистрибьюции он-лайн (e-distribution) и управление смешанными каналами дистрибьюции
37. Инструменты цифрового маркетинга для продвижения торгового бизнеса

2. Требования к ВКР

2.1 Объем выпускной квалификационной работы

В соответствии с Распоряжением № 23-Р от 10.03.2016г. рекомендуемый объем выпускных квалификационных работ (ВКР) по образовательным программам: бакалавриата – 60 стр. Отклонение объема ВКР допускается в пределах 10%.

2.2 Структура ВКР:

Титульный лист

Содержание

Введение

Основная часть (главы, разбитые на параграфы)

Заключение

Список использованных источников и литературы

Приложения (при наличии)

Титульный лист является первой страницей выпускной квалификационной работы.

Содержание размещают после титульного листа. Содержание включает в себя введение, наименование всех глав и параграфов, заключение, список использованных источников и литературы, приложения. Приложения не нумеруют.

Во введении должно быть описано: актуальность темы ВКР, цели и задачи исследования, методология, предмет и объект исследования, информационная (нормативно-правовая, эмпирическая) база исследования, теоретическая и практическая значимость исследования.