

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

/Д.С. Гуц/

«28» декабря 2022 года

ПРОГРАММА
государственной итоговой аттестации

38.06.01 Экономика

направление подготовки/специальность

08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам

деятельности, в т.ч маркетинг)

направленность (профиль)/специализация

очная, заочная

форма обучения

Исследователь. Преподаватель-исследователь

квалификация (степень) выпускника аспирантуры

(исследователь, преподаватель-исследователь)

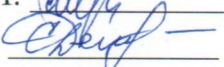
Красноярск 2022

Программа итоговой государственной аттестации составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.06.01 «Экономика» (квалификация Исследователь. Преподаватель-исследователь), утвержденным Приказом Министерством образования РФ от 30.07.2014 №898.

Составители:

д-р.эконом.наук, профессор Щербенко Е.В. 

д-р.эконом.наук, профессор Терещенко Н.Н. 

д-р.эконом.наук, профессор Демченко С.К. 

Программа итоговой государственной аттестации утверждена на заседании кафедры Торгового дела и маркетинга пр. № 4 от «5.12» 2022 г.

1. Цели и задачи государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация является комплексной проверкой качества освоения выпускником аспирантуры образовательной программы и степени его обладания необходимыми компетенциями. Государственная итоговая аттестация проводится в форме государственного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы и включает процедуры подготовки и сдачи аспирантом государственного экзамена, а также защиты выпускной квалификационной работы, выполненной на основе результатов его научно-исследовательской деятельности.

Целью государственной итоговой аттестации является установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки кадров высшей квалификации 38.06.01 «Экономика» направленности (профиля) 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг). В соответствии с требованиями ФГОС при условии успешного прохождения установленных видов итоговых аттестационных испытаний, выпускнику аспирантуры присваивается квалификация "Исследователь. Преподаватель-исследователь" и выдается диплом государственного образца.

Задачи государственной итоговой аттестации:

Цель итоговой аттестации выпускника аспирантуры, определяет ряд задач, стоящих перед государственной аттестационной комиссией. В их числе:

- оценка степени подготовленности выпускника к основным видам профессиональной деятельности;
- оценка уровня сформированных у выпускника необходимых компетенций, степени владения выпускником теоретическими знаниями, умениями и практическими навыками, характеризующими этапы формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов в профессиональной области;
- выявление уровня подготовленности выпускника к самостоятельной научно-исследовательской и преподавательской работе

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки в процессе итоговой государственной аттестации выпускник аспирантуры должен продемонстрировать обладание комплексом компетенций, в том числе:

универсальные компетенции:

- способность к критическому анализу и оценке современных научных достижений, генерированию новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе в междисциплинарных областях (УК-1);
- способность проектировать и осуществлять комплексные исследования, в том числе междисциплинарные, на основе целостного системного научного мировоззрения с использованием знаний в области истории и философии науки (УК-2);

- готовность участвовать в работе российских и международных исследовательских коллективов по решению научных и научнообразовательных задач (УК-3);
- готовность использовать современные методы и технологии научной коммуникации на государственном и иностранном языках (УК-4);
- способность следовать этическим нормам в профессиональной деятельности (УК-5);
- способность планировать и решать задачи собственного профессионального и личностного развития (УК-6).

общепрофессиональные компетенции:

- способность самостоятельно осуществлять научно-исследовательскую деятельность в соответствующей профессиональной области с использованием современных методов исследования и информационно-коммуникационных технологий (ОПК-1);
- готовность организовать работу исследовательского коллектива в научной отрасли, соответствующей направлению (ОПК-2);
- готовность к преподавательской деятельности по образовательным программам высшего образования (ОПК-3).

профессиональные компетенции (определенные ВУЗом в соответствии направленности подготовки):

- способность решать поставленные задачи с использованием современных методов экономического и маркетингового анализа, наблюдения и измерения социально-экономических явлений и процессов, с применением современных технических средств и информационных технологий обработки информации, оценки качества данных наблюдений и интерпретации результатов (ПК 1)
- способность ориентироваться в разнообразии теоретических и методологических подходов в области экономических и маркетинговых исследований; самостоятельно спланировать и организовать проведение научного исследования; формировать, оформлять, анализировать, докладывать и представлять результаты выполненной научно-исследовательской работы (ПК 2)
- готовность к анализу внешней и внутренней среды экономических систем разного уровня иерархии; способность и готовность рассчитывать и оценивать условия и последствия (в т.ч. экономические) принимаемых организационно-управленческих решений; способностью разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках (ПК 3)
- способность разрабатывать программы и методическое обеспечение дисциплин в области маркетинга, в том числе на основе результатов проведенных теоретических и эмпирических исследований (ПК-4)
- готовность к организации научной деятельности по специальности (ПК-5)

универсальные компетенции

- способность к критическому анализу и оценке современных научных достижений, генерированию новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе и междисциплинарных областях (УК-1)
- способность проектировать и осуществлять комплексные исследования, в том числе междисциплинарные, на основе целостного системного научного мировоззрения с использованием знаний в области истории и философии науки (УК-2)
- готовность участвовать в работе российских и международных исследовательских коллективов по решению научных и научно-образовательных задач (УК-3)
- готовность использовать современные методы и технологии научной коммуникации на государственном и иностранных языках (УК-4)
- способность следовать этическим нормам в профессиональной деятельности (УК-5)
- способность планировать и решать задачи собственного профессионального и личностного развития (УК-6)

2. Место государственной итоговой аттестации в структуре образовательной программы

Общая трудоемкость государственной итоговой аттестации составляет 9 зачетных единиц (324 часа), которую формируют 3 ЗЕТ подготовки к сдаче и сдача государственного экзамена и 6 ЗЕТ представления научного доклада об основных результатах подготовленной научно-квалификационной работы (диссертации).

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки кадров высшей квалификации 38.06.01 Экономика "Государственная итоговая аттестация", в полном объеме относится к базовой части программы и формирует 4 блок (Б 4) учебного плана подготовки аспиранта, том числе блоки Б4.Г «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», Б4.Д «Представления научного доклада об основных результатах подготовленной научно-квалификационной работы (диссертации)» и проводится для аспирантов очной формы в 6 семестре 3 курса, заочной – 8 семестре 4 курса обучения.

2. Государственная аттестационная комиссия

Государственная аттестационная комиссия состоит из государственных экзаменационных комиссий по приему государственного экзамена по направлению подготовки и защите научного доклада, об основных результатах подготовленной научно-квалификационной работы (диссертации) в соответствии с перечнем аттестационных испытаний, включенных в состав итоговой государственной аттестации образовательной программы по направлению подготовки кадров высшей квалификации

38.06.01 Экономика направленности (профиля) 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг).

Государственную аттестационную комиссию возглавляет председатель, который организует и контролирует деятельность всех экзаменационных комиссий, обеспечивает единство требований, предъявляемых к выпускникам.

Состав государственных комиссий по отдельным видам итоговых аттестационных испытаний утверждается приказом ректора.

Государственные комиссии итоговой аттестации аспирантов организуются ежегодно и действуют в течение календарного года в сроки, предусмотренные учебным планом по данному направлению подготовки. График проведения заседаний государственных аттестационных комиссий составляется за месяц до начала их работы.

При положительных результатах всех видов итоговых аттестационных испытаний итоговой государственной аттестации выпускников, государственная аттестационная комиссия принимает решение о присвоении выпускнику аспирантуры квалификации "Исследователь. Преподаватель-исследователь" и выдаче диплома государственного образца.

3. Требования к государственному экзамену аспирантов

В соответствии с ФГОС ВО направления подготовки кадров высшей квалификации 38.06.01 «Экономика» в процедуры итоговой государственной аттестации включен государственный экзамен, который проводится в устной форме и позволяет выявить и оценить качество образовательных результатов, в том числе:

- теоретическую подготовку выпускника для решения профессиональных задач
- готовность выпускника к основным видам профессиональной деятельности
- степень сформированности компетенций как результата обучения.

Государственный экзамен проводится по билетам, составленным в полном соответствии с учебными программами дисциплин и утвержденным ректором университета.

При приеме государственного экзамена обеспечивается единство требований, предъявляемых к выпускникам, и условия для объективной оценки качества освоения выпускниками соответствующей образовательной программы:

- проведение государственного экзамена строго в рамках программы государственного экзамена, утвержденной в установленном порядке;
- предоставление условий (бумаги, отдельного места в аудитории, необходимого времени и пр.) для подготовки к ответу на государственном экзамене;

— комиссиянная оценка в ходе государственного экзамена знаний выпускника и его подготовленности к ведению профессиональной деятельности.

Государственная экзаменационная комиссия обеспечивает проведение государственного экзамена в соответствии с датой, местом, временем расписания государственной итоговой аттестации аспирантов.

В структуру экзаменационных билетов включены три вопроса их утвержденного перечня вопросов к государственному междисциплинарному экзамену. На подготовку к ответу аспиранту отводится 40 минут. По окончании ответа на поставленные в экзаменационном билете вопросы члены комиссии могут задавать дополнительные вопросы, как уточняющие, так и общие, проясняющие уровень подготовки студента. Оценка за ответ на междисциплинарном экзамене определяется после совещания комиссии и объявляется аспирантам в день проведения экзамена. Апелляция результатов оценки комиссии по приему государственного экзамена аспирантов не проводится.

Государственный экзамен по направлению подготовки кадров высшей квалификации по направлению подготовки 38.06.01 «Экономика» направленности (профиля) 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг) носит комплексный характер и охватывает широкий спектр фундаментальных и прикладных вопросов направления подготовки.

Для объективной оценки компетенций выпускника аспирантуры тематику экзаменационных вопросов и заданий составляют разделы следующих дисциплин учебного плана подготовки аспиранта:

1. Б1.В.ОД.1 Современные образовательные технологии в высшем образовании
2. Б1.В.ОД.2 Проблемы микро и макроэкономики
3. Б1.В.ОД.4 Маркетинг в отраслях и сферах экономики
4. Б1.В.ОД.4 Методология конкурентного анализа
5. Б1.В.ДВ.1 Методология научного исследования и оформление результатов научной деятельности

Вопросы комплексного государственного экзамена выпускника аспирантуры данного направления подготовки составлены с учетом положений программы кандидатского экзамена по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)», одобренной экспертным советом по экономике Высшей аттестационной комиссии Минобрнауки России (Программа-минимум кандидатского экзамена по специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)» по экономическим наукам Московского государственного института электронной техники при участии МГУК и МГУ им. М.В.Ломоносова).

Перечень вопросов комплексного государственного экзамена приведены в разделе 7 данных методических указаний.

6. Содержание выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа (научно-квалификационная работа – НКР) аспиранта выпускника образовательной программы 38.06.01 «Экономика» направленности (профиля) 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг) представляет собой результаты исследования аспиранта в рамках избранного направления. Выпускная научно-квалификационная работа выполняется на основе результатов научно-исследовательской деятельности, проведенной аспирантом самостоятельно под общим руководством научного руководителя в течение всего периода обучения в аспирантуре

Тема выпускной научно-квалификационной работы определяется аспирантом самостоятельно, при консультации научного руководителя, с соблюдением следующих требований:

- Актуальность темы, ее соответствие современному состоянию и перспективам развития науки и экономики, а также направлениям исследований Паспорта научных специальностей ВАК выбранной научной сферы;
- Степень разработанности проблематики и освещенности ее в отечественной и зарубежной научной литературе;
- Возможность получения экспериментальных данных в процессе работы над выпускной квалификационной работой;
- Интересы и потребности предприятий, организаций, другого рода экономических систем, на материалах функционирования которых, выполняется исследование.

Возможно выполнение темы выпускной научно-квалификационной работы при наличии обоснования ее актуальности и целесообразности по заявке предприятия, организации, учреждения.

Выбранная тема выпускной научно-квалификационной работы проходит обсуждение и утверждение на заседании выпускающей кафедры и Ученого совета ИТиСУ СФУ.

Научный руководитель и выпускающая кафедра в течение всего периода обучения в аспирантуре подвергает оценке самостоятельность выполнения выпускной квалификационной работы аспиранта. Основные научные результаты исследований аспиранта должны быть опубликованы в рецензируемых научных изданиях, количество публикаций к процедуре защиты выпускной квалификационной работы должно составлять не менее двух.

К подготовке предоставления научного доклада, об основных результатах подготовленной научно-квалификационной работы (НКР) допускаются аспиранты, выполнившие в полном объеме программу теоретического обучения, успешно сдавшие все экзамены, прошедшие все виды практик и научно-исследовательских работ по утвержденной теме, предусмотренных учебным планом.

На подготовку научного доклада и защиту выпускной научно-квалификационной работы отводится 4 недели (6 з.е. – 216 часов) в соответствии с ФГОС ВО направления подготовки 38.06.01 «Экономика», в течение которых аспирант работает под руководством научного руководителя, контролирующего уровень и качество ВКР.

Подготовленная НКР должна основываться на критериях, установленных для научно-квалификационной работы (диссертации) на соискание ученой степени кандидата наук, и оформлена в соответствии с требованиями, устанавливаемыми Министерством образования и науки Российской Федерации, состоять из:

- титульного листа;
- содержания с указанием номеров страниц; введения;
- основной части (глав, параграфов, пунктов, подпунктов);
- заключения;
- списка источников и литературы;
- приложений

Оформление работы в целом в соответствии с ГОСТ Р 7.0.11-2011.

Условия и сроки выполнения НКР (диссертаций) устанавливаются на основании Положения о проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре, соответствующих стандартов и учебного плана (индивидуального учебного плана).

Научный руководитель аспиранта готовит отзыв на представленную к защите выпускную квалификационную работу, в котором всесторонне характеризует ее научно-методический уровень и практическую значимость, обоснованность выводов и предложений, уровень заимствований и оригинальности текста, отмечает положительные стороны, указывает на отмеченные ранее недостатки, дает свои рекомендации по расширению области внедрения проекта на производстве и в образовательном процессе, а также рекомендации по представлению работы для защиты в диссертационном совете. В заключительной части отзыва научный руководитель рекомендует оценку: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». В отзыве руководителя НКР (диссертации) указываются сведения о проверке на объем заимствования.

Не менее чем за две недели до проведения защиты НД рукопись НКР (диссертации) должна быть предоставлена рецензенту (эксперту) и выпускающей кафедре. НКР (диссертация) обучающегося подлежит внутреннему и/или внешнему рецензированию ведущими специалистами в соответствующей профессиональной области. В качестве рецензентов выступают ведущие преподаватели, научные сотрудники, ученые и прочие лица, профессиональная деятельность которых соответствует тематике научно-квалификационной работы. Внешними рецензентами считаются представители сторонних организаций.

В случае если тематика НКР (диссертации) имеет сложный и разносторонний характер, она направляется нескольким рецензентам.

Рецензента (эксперта) назначает заведующий выпускающей кафедрой по представлению научного руководителя аспиранта. рецензент предоставляет аспиранту развернутый письменный отзыв, в котором всесторонне характеризует научный уровень, структуру и содержание работы, обоснованность выводов и решений, степень самостоятельности, отмечает положительные и отрицательные стороны, дает свои рекомендации по устранению недостатков. В заключении рецензент излагает свою точку зрения об общем уровне НКР и рекомендует оценку: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Получение отрицательных отзыва и рецензии не является препятствием к участию в процедуре защиты НД.

После проверки текста НКР (диссертации) на объем заимствований ответственное должностное лицо соответствующей выпускающей кафедры размещает НКР, отдельные разделы или аннотацию НКР в электронно-библиотечной системе СФУ, за исключением текстов НКР и НД, содержащих сведения, составляющие государственную и коммерческую тайну.

Ознакомление аспиранта с отзывом и рецензией (рецензиями) выпускающая кафедра обеспечивает не позднее, чем за два календарных дня до представления НД об основных результатах подготовленной НКР. Научно-квалификационная работа, отзыв научного руководителя, рецензии, справка о сдаче экзаменов кандидатского минимума, список опубликованных и приравненных к ним научных работ, научное портфолио аспиранта передаются в ГЭК не позднее, чем за два календарных дня до представления НД об основных результатах НКР.

Защита ВКР проводится публично, по расписанию работы государственной комиссии по защите выпускных квалификационных работ, состав которой формируют: председатель комиссии, секретарь комиссии и члены комиссии. При защите ВКР аспирант делает научный доклад с презентацией основных ее положений и результатов в течение 10-15 минут. Научный доклад имеет следующую структуру:

- Общая характеристика НКР
- Актуальность НКР.
- Цель НКР.
- Решаемые задачи.
- Научная новизна.
- Практическая значимость.
- Методы исследований.
- Достоверность результатов
- Основные положения, выносимые на представление научного доклада.
- Апробация НКР.
- Внедрение результатов НКР.
- Соответствие НКР паспорту специальности.
- Публикации.
- Структура и объем НКР.

- Основное содержание НКР
- Основные выводы и результаты НКР
- Список работ, опубликованных по теме НКР

Представление аспирантами НД проводится на открытом заседании ГЭК с участием не менее двух третей ее состава, при обязательном присутствии председателя комиссии. Представление и обсуждение НД проводятся в следующем порядке:

- выступление аспиранта с НД (10-15 минут);
- ответы аспиранта на вопросы;
- выступление научного руководителя с краткой характеристикой аспиранта;
- выступление рецензента;
- ответ аспиранта на замечания рецензента;
- свободная дискуссия;
- заключительное слово аспиранта;
- вынесение и объявление решения ГЭК о соответствии НД квалификационным требованиям и рекомендации диссертации к защите;
- в случае рекомендации НКР к защите – представление научным руководителем аспиранта кандидатур оппонентов и возможной ведущей организации, их обсуждение и утверждение.

В протокол вносится одна из следующих оценок НД аспиранта:

- «отлично» (НКР полностью соответствует квалификационным требованиям и рекомендуется к защите),
- «хорошо» (НКР рекомендуется к защите с учетом высказанных замечаний),
- «удовлетворительно» (НКР рекомендуется к существенной доработке),
- «неудовлетворительно» (НКР не соответствует квалификационным требованиям).

Если по результатам защиты научного труда ни один из перечисленных выше критериев не был оценен неудовлетворительно большинством членов государственной экзаменационной комиссии, ГЭК дает положительную оценку защите НД, а УАДиАНПК оформляет заключение о рекомендации НКР (диссертации) к защите на соискание ученой степени кандидата наук. Порядок подачи и проведения апелляции по результатам защиты научного доклада указан в Положении о проведении государственной итоговой аттестации по образовательным программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре (п. 6).

Перечень вопросов к государственному междисциплинарному экзамену

Вопросы по дисциплине Б1.В.ОД.1 Современные образовательные технологии в высшем образовании:

1. Предмет и объект педагогики, основные категории педагогики.

2. Сущность, структура, виды педагогических целей.
3. Сущность, виды, компоненты и свойства педагогического процесса.
4. Сущность и функции содержания в педагогическом процессе.
5. Характеристика содержания общеобразовательной и профессиональной подготовки, основных направлений воспитания.
6. Сущность и классификация педагогических технологий и педагогических средств.
7. Сущность, цели, особенности, закономерности, психологические и педагогические основы воспитания.
8. Межличностные отношения в коллективе.
9. Психология высшей школы как отрасль психологии, ключевые понятия психологии высшей школы.
10. Психологически обусловленные проблемы профессионального образования.
11. Исследовательские методы психологии (основные: наблюдение и эксперимент; вспомогательные (анкетирование, тестирование и др.).
12. Метод профессиографии как специфичный метод психологии профессионального образования.
13. Периодизация профессионального становления личности.
14. Кризисы профессионального становления личности и возможные пути их разрешения.
15. Психологическая классификация профессий.
16. Деятельность студентов и ее психологические особенности, возрастные особенности студенческого возраста.
17. Психолого-педагогические особенности обучения взрослых.
18. Структура, функции, содержание целостной профессионально-педагогической деятельности.
19. Ключевые квалификации и компетенции педагога профессиональной школы.
20. Педагогическое общение: сущность, специфика, функции.
21. Виды речевой деятельности педагога: говорение, слушание, чтение, письмо
22. Специфика и типы публичного выступления, требования к подготовке и проведению, профессионально значимые для педагога речевые жанры
23. Основные нормативные акты высшего образования
24. Технологии проблемного обучения
25. Технологии проектного обучения
26. Технологии контекстного обучения
27. Активные технологии обучения
28. Информатизация образования
29. Смешанная модель обучения
30. Дистанционные технологии обучения

Вопросы по дисциплине Б1.В.ОД.2 Проблемы микро и макроэкономики:

1. Спрос, предложение, рыночное равновесие. Сравнительная статика рынка. Динамическое равновесие.

2. Эластичность спроса и предложения: содержание, виды, практическое применение.
3. Поведение потребителя в рыночной экономике: постановка проблемы и основные предпосылки анализа.
4. Совершенная конкуренция как идеальная модель рынка и способ анализа реальных рыночных структур.
5. Монополия: понятие, условия существования, факторы монопольной власти. Виды монополий. Монопольная власть и ее измерение.
6. Олигополия в рыночной экономике. Стратегия фирмы в олигополистической отрасли.
7. Система счетов национального дохода: основные показатели и их взаимосвязь.
8. Способы и методы расчета макровеличин. Номинальные и реальные величины.
9. Мультипликационные эффекты в национальной экономике.
10. Формирование экономической политики (стратегии) государства.
11. Теория транзакционных издержек. Транзакционные издержки: сущность и классификация. Контрактная концепция. Типы контрактов.
12. Неинституциональная теория фирмы: теория соглашений.
13. Экономическая динамика и ее типы. Циклический характер развития современной экономики. Виды циклов.
14. Неокейнсианские модели экономического роста: обоснование неустойчивости роста и необходимости его государственного регулирования.
15. Неоклассическая модель роста Р. Солоу: предпосылки и ограничения, инструментарий, факторы и динамика роста.

Вопросы по дисциплине Б1.В.ОД.4 Маркетинг в отраслях и сферах экономики

1. Исходные понятия маркетинга, субъектно-объектный состав системы маркетинга.
2. Эволюция концепций маркетинга. Маркетинг 1.0, Маркетинг 2.0., Маркетинг 3.0., Маркетинг 4.0.
3. Изменяющаяся роль маркетинга в организации, функции маркетинга на предприятии.
4. Структура маркетинговой среды. Новая организация маркетинга, ориентированная на рыночные изменения сетевой и цифровой экономики.
5. Маркетинговая информационная система, ее трансформация в цифровой экономике.
6. Система маркетинговых исследований, методы получения и обработки маркетинговой информации.
7. Концепция стратегического маркетинга
8. Маркетинг и формирование устойчивого конкурентного преимущества.
9. Основные этапы разработки маркетинговой стратегии. Комплексная стратегия предприятия и ее составляющие.

10. Система маркетингового планирования. Содержание плана маркетинга и виды маркетинговых программ.
11. Контроль в системе маркетинга. Маркетинговый аудит.
12. Стратегия сегментации.
13. Стратегия позиционирования в деятельности предприятия.
14. Анализ маркетинговых возможностей и формирование рыночной стратегии.
15. Методы и модели портфельного анализа в исследовании маркетинговых возможностей.
16. Выбор базовой стратегии развития компании и оценка возможностей роста.
17. Товарная политика предприятия: сущность реализации, система управления, информационно-методическое обеспечение процесса разработки.
18. Ассортиментная номенклатура предприятия: виды ассортимента, процедуры и процессы управления ассортиментом.
19. Исследовательская функция маркетинга в формировании товарной политики предприятия
20. Стратегические решения в рамках товарной политики предприятия.
21. Дифференциация подходов к политике ценообразования в соответствии с маркетинговой концепцией.
22. Факторы формирования ценовых решений предприятия. Динамическое ценообразование.
23. Экономическая роль каналов сбыта и формирование системы распределения товаров предприятия. Концепция омниканальности.
24. Сбытовые маркетинговые системы и их роль в формировании систем распределения в России. Развитие экосистемных форматов взаимодействий.
25. Коммуникационная система предприятия в цифровой экономике и критерии выбора стратегии продвижения товаров.
26. Коммуникационная политика предприятия и вовлеченность потребителя.
27. Маркетинг в цифровой трансформации бизнес-модели предприятия.
28. Функция маркетинга в организации, её координирующая и интегрирующая роль.
29. Функциональные связи маркетинга на предприятии как основа разработки его стратегических и оперативных планов.
30. Особенности организации маркетинга на предприятиях различных типов.

Вопросы по дисциплине Б1.В.ОД.4 Методология конкурентного анализа:

1. Эволюция теоретических взглядов на конкуренцию в контексте становления методологии конкурентного анализа.
2. Принципы становления конкурентных отношений. Возникновение конкуренции на российских товарных рынках.

3. Методология исследования конкурентных процессов.
4. Модели рыночных структур в контексте методологии конкурентного анализа.
5. Диагностика качественных показателей структуры товарного рынка.
6. Методика исследования конкурентной среды товарных рынков.
7. Методические подходы к анализу конкурентного окружения предприятия.
8. Информационное обеспечение анализа конкуренции.
9. Использование конкурентных карт для обоснования стратегий деятельности экономических субъектов.
10. Понятие конкурентоспособности товара и услуги, параметры оценки.
11. Методики определения конкурентоспособности товара.
12. Методики оценки конкурентоспособности услуги.
13. Система взаимосвязи конкурентоспособности экономических субъектов разного уровня.
14. Методики определения конкурентоспособности фирмы.
15. Рейтинговые оценки в методиках страновой конкурентоспособности.
16. Система обеспечения конкурентоспособности. Пути повышения конкурентоспособности национальной экономики. Программа повышения конкурентоспособности РФ.
17. Конкурентоспособность страны: содержание, система показателей, методы определения.
18. Методики исследования конкурентоспособности отраслей и регионов.
19. Конкурентные преимущества предприятий: виды, характеристика, модель использования.
20. Методики обоснования конкурентных стратегий.

Вопросы по дисциплине Б1.В.ДВ.1 Методология научного исследования и оформление результатов научной деятельности

1. Гипотезы и их роль в научном исследовании. Гипотеза как форма научного познания. Принципы верификации (Л.Витгенштейн) и фальсификации гипотез (К.Поппер).
2. Методы анализа и построения научных теорий. Общая характеристика и определение научной теории.
3. Классификация научных теорий. Структура научных теорий. Методические и эвристические принципы построения теорий. Интертеоретические отношения.
4. Методы проверки, подтверждения и опровержения научных гипотез и теорий. Специфические особенности проверки научных теорий. Проблемы подтверждения и опровержения теорий.
5. Методы объяснения, понимания и предсказания. Методы и модели научного объяснения. Методы и функции понимания. Методы предвидения, предсказания и прогнозирования.
6. Методы научного познания. Критерии и нормы научного познания. Модели анализа научного открытия и исследования.

7. Ограниченность гипотетико-дедуктивной концепции теоретических знаний. Развертывание теории как процесса решения задач. Парадигмальные образцы решения задач в составе теории.
8. Научные революции как перестройка оснований науки. Проблемы типологии научных революций. Внутридисциплинарные механизмы научных революций. Междисциплинарные взаимодействия и "парадигмальные прививки" как фактор революционных преобразований в науке.
9. Социокультурные предпосылки глобальных научных революций. Перестройка оснований науки и изменение смыслов мировоззренческих универсалий культуры. Научные революции как точки бифуркации в развитии знания. Нелинейность роста знаний.
10. Формы и методы научного познания: наблюдение, эксперимент, измерение, аналогия, моделирование, идеализация, интуиция.
11. Научная проблема. Проблемная ситуация как возникновение противоречия в познании.
12. Предпосылки возникновения и постановки проблем. Разработка и решение научных проблем. Решение проблем как показатель прогресса науки.
13. Роль письменной коммуникации в научно-исследовательской деятельности. История системы научных публикаций.
14. Современная система международных научных публикаций. Виды научных публикаций. Современная система рецензирования. Первичная, вторичная и третичная научная литература.
15. Работа с научной литературой. Системы поиска и учета цитирования научных публикаций. Оформление ссылок.
16. История появления библиометрических показателей. Определения современных библиометрических показателей. Достоинства и недостатки библиометрических показателей. Их использование для оценки научной активности и вклада в науку.
17. Статья об оригинальном исследовании как основной вид научной публикации. Структура статей об оригинальном исследовании в узкоспециальных и междисциплинарных журналах.
18. Название научной статьи - функции, типы, правила его формулирования.
19. Заголовочный реферат – функции, виды, структура. Выбор ключевых слов и формулирование основного положения публикации.
20. Функции и структура раздела «введение» в научной статье об оригинальном исследовании. Формулирование цели и задач исследования.
21. Написание раздела научной статьи «материалы и методы».
22. Представление результатов в текстах публикаций об оригинальном исследовании. Таблицы и графики.
23. Написание разделов научной статьи «обсуждение» и «выводы».
24. Обзорная статья: структура и особенности.

25. Выбор журнала и представление статьи в журнал. Прохождение рецензирования. Переписка с редактором.
26. Авторские права в системе международных научных публикаций: копирайт и система свободных лицензий, предлагаемая Creative Commons.
27. Научное проектирование. Структура текстов научных проектов, грантовых заявок и отчетов.
28. Положение ВАК о присуждении ученых степеней.
29. Структура и правила оформления кандидатской диссертации.
30. Концептуальные, методические и технические подходы к подготовке стендовых и устных докладов для конференций, защиты проектов и диссертаций.

7. Перечень направлений научных исследований для определения темы выпускных квалификационных работ аспирантов направления подготовки 38.06.01 «Экономика» направленности (профиля) / специализации 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг)

В соответствии положениям паспорта научных специальностей ВАК РФ *содержание этой области исследования* формируют: спрос и предложение, структура и развитие рынков, их исследование и сегментация, рыночное позиционирование продуктов и компаний, конкурентоспособность и конкуренция, концепции маркетинга, методы и формы управления маркетинговой деятельностью в организации в современных условиях развития российской экономики и глобализации рынков. *Объектами исследования* выступают: отраслевые, региональные и глобальные рынки; коммерческие и некоммерческие организации различных отраслей, сфер и масштабов деятельности; продукты и услуги, являющиеся товарами на рынках (материальные, нематериальные, интеллектуальные и виртуальные), внешние (покупатели и клиенты) и внутренние (персонал) потребители.

Направления научных исследований для определения темы выпускных квалификационных работ аспирантов:

1. Теоретические основы и современные направления развития рыночной политики компаний на основе концепции маркетинга.
2. Методологические основы, содержание, формы и методы стратегического и операционного маркетинга.

3. Управление маркетинговой деятельностью, направления и формы организации маркетинга и их адаптация к изменяющимся рыночным условиям в экономике России и на глобальных рынках.
4. Состояние и тенденции развития внешней и внутренней среды маркетинговой деятельности, сегментация рынков и определение рыночных ниш.
5. Внутриорганизационный маркетинг, его цели, методы и влияние на конечные результаты деятельности организации. Маркетинг отношений как элемент корпоративной стратегии, внутренний и интерактивный маркетинг, процесс построения долгосрочных, взаимовыгодных отношений с ключевыми партнерами организации (клиентами, поставщиками, дистрибьюторами, персоналом).
6. Формирование и развитие интегрированных систем маркетинговой информации, управление отношениями с потребителями, в том числе на основе программ лояльности.
7. Методы и технологии проведения маркетинговых исследований.
8. Оценка деятельности конкурентов, ее использование в маркетинговой политике компании; бенчмаркинг.
9. Повышение конкурентоспособности товаров (услуг) и компаний, факторы конкурентоспособности в различных рыночных условиях.
10. Стратегии, формы и методы ценовой и неценовой конкуренции на современных рынках товаров и услуг.
11. Ценообразование в маркетинге, разработка ценовой политики компании: ценовые стратегии и методы их реализации в различных рыночных условиях.
12. Факторы и мотивы потребительского поведения: методы исследования, оценка и использование в маркетинге.
13. Товарная и ассортиментная политика в маркетинге компании, маркетинговые аспекты управления проектами.
14. Маркетинговые аспекты управления жизненными циклами продуктов и услуг.
15. Проблемы коммерциализации инноваций, маркетинг инноваций, формы и методы их рыночного позиционирования и использования.
16. Стратегии и методы построения маркетинговых каналов распределения товаров.
17. Формирование эффективной системы распределения товаров в компании, управление продажами в современных условиях конкурентной рыночной среды.
18. Развитие дистрибьюторских и дилерских сетей реализации продукции, оптовые и розничные сети, сетевой маркетинг.
19. Методы организации прямого маркетинга и условия их применения.
20. Развитие виртуальных рынков, маркетинговые технологии в организации электронной торговли и продвижении товаров и услуг в сети Интернет.

21. Социально-этический маркетинг в повышении социальной ответственности бизнеса.
22. Разработка и эффективное использование комплекса маркетинговых коммуникаций в компании.
23. Развитие современных форм и методов рекламной деятельности, организация и оценка эффективности рекламы в системе маркетинговых коммуникаций.
24. Управление продвижением товаров и услуг, в том числе управление выставочной деятельностью.
25. Современные методы формирования имиджа организации как элемента маркетинговой стратегии.
26. Разработка системы позиционирования и рыночного продвижения товарных марок, создание бренда и управление брендом.
27. Маркетинг территорий как фактор социально-экономического развития, повышения инвестиционной активности и формирования благоприятного имиджа территории.
28. Формирование и развитие рынка маркетинговых услуг организациям и учреждениям.
29. Маркетинг некоммерческих организаций.

8. Критерии оценки на государственном экзамене

Результат подготовки аспиранта к государственному экзамену определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Соответствующая оценка ответа аспиранта на государственном экзамене определяется в ходе заседания экзаменационной комиссии по приему государственного экзамена. Решение принимается на закрытом заседании простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании, при обязательном присутствии председателя комиссии или его заместителя.

При равном числе голосов председатель комиссии (или заменяющий его заместитель председателя комиссии) обладает правом решающего голоса. При оценке знаний выпускников в ходе государственного экзамена аспирантов по направлению подготовки 38.06.01 «Экономика» направленности (профиля) 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг), используют следующие критерии:

Оценка «отлично» - пять баллов

- систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы государственного экзамена;
- точное использование научной терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы;
- владение инструментарием учебных дисциплин, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;

- способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации;
- корректное использование в ответе материалов монографической литературы, в том числе рекомендованной программой государственного экзамена;
- умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и научных направлениях по изученным дисциплинам, области НИР и давать им критическую оценку;
- использование ссылок на действующее законодательство Российской Федерации;
- использование статистической информации по основным социально-экономическим показателям;
- высокий уровень осмысления теоретических и практических вопросов;
- высокий уровень культуры при подготовке и ответе на вопросы и задания экзаменационного билета.

Оценка «хорошо» - четыре балла

- систематизированные и полные знания по всем разделам программы государственного экзамена;
- использование научной терминологии и логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок;
- владение инструментарием учебных дисциплин, умение его использовать в решении стандартных задач;
- умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изученным дисциплинам и давать им оценку;
- знание основной литературы, рекомендованной программой государственного экзамена;
- упоминание действующего законодательства Российской Федерации;
- фрагментарное использование статистической информации по социально-экономическим показателям;
- достаточный уровень осмысления теоретических и практических вопросов;
- достаточный уровень культуры при подготовке и ответе на вопросы и задания экзаменационного билета.

Оценка «удовлетворительно» - три балла

- недостаточно полный объем знаний в рамках образовательного стандарта и программы государственного экзамена;
- знание части основной литературы, рекомендованной программой государственного экзамена;
- использование научной терминологии, изложение ответа на вопросы с существенными логическими ошибками;
- слабое владение инструментарием учебных дисциплин, слабый уровень решения стандартных (типовых) задач;

- неумение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях изученных дисциплин;
- отсутствие знаний действующего законодательства Российской Федерации;
- низкий уровень осмысления теоретических и практических вопросов;
- низкий уровень культуры при подготовке и ответе на вопросы и задания экзаменационного билета.

Оценка «неудовлетворительно» - два балла

- фрагментарные знания в рамках образовательного стандарта и программы государственного экзамена;
- слабые знания отдельных литературных источников, рекомендованных программой государственного экзамена;
- неумение использовать научную терминологию дисциплин, выносимых на государственный экзамен;
- наличие в ответе грубых стилистических и логических ошибок;
- отсутствие знаний действующего законодательства Российской Федерации;
- низкий уровень культуры при подготовке и ответе на вопросы и задания экзаменационного билета.

Аспирант, получивший неудовлетворительную отметку за государственный экзамен, не допускается к защите выпускной квалификационной работы.

9. Критерии оценки выпускной квалификационной работы

Защита выпускной квалификационной работы является публичной и проводится в форме представления научного доклада, об основных результатах подготовленной научно-квалификационной работы на заседании Государственной аттестационной комиссии с участием не менее двух третей ее состава. Задачей работы государственной комиссии по защите выпускной научно-квалификационной работы является определение профессиональной объективной оценки научных знаний и практических навыков (компетенций) выпускников аспирантуры на основании экспертизы ее содержания и оценки умения аспиранта представлять и защищать ее основные положения.

Оценка выпускной квалификационной работы формируется мнениями руководителя, рецензента и итогов научного доклада и ответов аспиранта на вопросы членов государственной комиссии. Результаты защиты научно-квалификационной работы определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Критериями оценивания являются следующие положения:

Оценка «отлично»:

- Выпускная квалификационная работа выполнена на актуальную тему, четко формализованы цель и задачи исследования
- Раскрыта суть проблемы с систематизацией точек зрения авторов и выделением научных направлений, оценкой их общности и различий,

обобщением отечественного и зарубежного опыта. Стиль изложения научный со ссылками на источники

— Изложена собственная позиция. Достоверность выводов базируется на глубоком анализе объекта исследования в динамике лет с применением статистических и экономико-математических методов, факторного анализа.

— В работе дано новое решение задачи, имеющей существенное значение для соответствующей отрасли знаний, научно обоснованы технические, экономические или технологические разработки, обеспечивающие решение важных прикладных задач.

— По совокупности представлено не менее трех элементов научной новизны имеющих глубокую проработку.

— Результаты исследования апробированы в выступлениях на конференциях, опубликованы и подтверждены справкой/актом о внедрении.

— Рецензенты оценили работу положительно.

— В ходе защиты выпускник продемонстрировал свободное владение материалом, уверенно излагал результаты исследования, представил презентацию, отражающую суть выпускной квалификационной работы.

Оценка «хорошо»:

— Выпускная квалификационная работа выполнена на актуальную тему, четко формализованы цель и задачи исследования

— Суть проблемы раскрыта с систематизацией точек зрения авторов, обобщением отечественного и (или) зарубежного опыта с определением собственной позиции

— Стиль изложения - научный со ссылками на источники. Достоверность выводов базируется на анализе объекта исследования не менее чем за 3 года с применением методов сравнения процессов в динамике и другими объектами (со средними российскими показателями и т.п.), факторного анализа

— В работе дано новое решение задачи, имеющей существенное значение для соответствующей отрасли знаний, научно обоснованы технические, экономические или технологические разработки, обеспечивающие решение важных прикладных задач

— Комплекс авторских предложений и рекомендаций аргументирован, обладает практической значимостью. Результаты исследования апробированы в выступлениях на конференциях

— Рецензенты оценили работу положительно.

— В ходе защиты выпускник уверенно излагал результаты исследования, представил презентацию, в достаточной степени отражающую суть работы

— Были допущены незначительные неточности при изложении материала, не искажающие основного содержания, по существу.

Оценка «удовлетворительно»:

— Выпускная квалификационная работа выполнена на актуальную тему, формализованы цель и задачи исследования, тема раскрыта

— Изложение описательное со ссылками на источники, однако, нет увязки сущности темы с наиболее значимыми направлениями решения проблемы и известными в науке и применяемыми на практике механизмами или методами

— В аналитической части выпускной квалификационной работы объект исследован менее чем за три года

— В проектной части сформулированы предложения и рекомендации, которые носят общий характер или недостаточно аргументированы

— В работе представлены только направления решения задачи, имеющей существенное значение для соответствующей отрасли знаний, технические, экономические или технологические разработки, обеспечивающие решение важных прикладных задач, имеют обоснование

— Рецензент оценил работу положительно.

— В ходе защиты допущены неточности при изложении материала, достоверность некоторых выводов не доказана.

Оценка «неудовлетворительно»:

— Нарушен календарный план разработки выпускной квалификационной работы, тема раскрыта не в полной мере, структура работы не достаточно логична

— Отсутствует увязка сущности темы с наиболее значимыми направлениями решения проблемы известными в науке и применяемыми на практике механизмами или методами

— В аналитической части выпускной квалификационной работы объект исследован за 1-2 года

— В проектной части сформулированы предложения и рекомендации общего характера, которые слабо аргументированы

— Результаты исследования не апробированы, не обсуждались на научных конференциях

— Допущены неточности при изложении материала, достоверность выводов не доказана

— Автор не показывает достаточный уровень знаний и навыков для профессиональной деятельности специалиста квалификации «Исследователь. Педагог - исследователь».

10. Литература для подготовки к итоговой государственной аттестации

Литература для подготовки вопросов по дисциплине «Современные образовательные технологии в высшем образовании»:

Основная

1. [Жуков Г. Н.](#) Общая и профессиональная педагогика: Учебник / Г.Н. Жуков, П.Г. Матросов. – М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 448 с.: ил.; 60х90 1/16. - (ПРОФИль). (переплет) ISBN 978-5-98281-342-8, 1000 экз.

2. Кравченко А.И. Психология и педагогика: Учебник / А.И. Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 400 с.: 60х90 1/16. – (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-003038-8, 3000 экз.

3. [Пастюк О. В.](#) Психология и педагогика: Учебное пособие / О.В. Пастюк. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 160 с.: 60х90 1/16 + (Доп. мат. [znanium.com](#)). – (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006300-3, 500 экз.

4. Психология профессионального образования [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс по дисциплине (№ 1834/948-2008) / Н. В. Гафурова, В. И. Лях [и др.] ; Сиб. федер. ун-т, Ин-т педагогики, психологии и социологии. - Версия 1.0. - Электрон. дан. (96 Мб). – Красноярск : СФУ, 2009.

5. [Резник С. Д.](#) Студент вуза: технологии и организация обучения в вузе: Учебник / С.Д. Резник. - 4-е изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 366 с.: 60х90 1/16. – (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-010134-7, 400 экз.

6. [Симонов В. П.](#) Педагогика и психология высшей школы. Инновационный курс для подготовки магистров: Учебное пособие / В.П. Симонов. – М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 320 с.: 60х90 1/16 + (Доп. мат. [znanium.com](#)). (п) ISBN 978-5-9558-0336-4, 500 экз.

7. [Федотова Е. Л.](#) Информационные технологии в науке и образовании: Учебное пособие / Е.Л. Федотова, А.А. Федотов. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 336 с.: ил.; 60х90 1/16. – (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0434-3, 500 экз.

8. Шарипов Ф. В. Шарипов, Ф. В. Педагогика и психология высшей школы [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ф. В. Шарипов. – М.: Логос, 2012. – 448 с. – (Новая университетская библиотека). - ISBN 978-5-98704-587-9

9. Основы педагогического мастерства и профессионального саморазвития: Учебное пособие / С.Д. Якушева. – М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 416 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-91134-721-5, 1000 экз.

10. Федотова, Е. Л. Прикладные информационные технологии: Учебное пособие / Е.Л. Федотова, Е.М. Портнов. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 336 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0538-8, 500 экз.

11. Кудряшева, Л. А. Педагогика и психология/Кудряшева Л.А. – М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 160 с.: 84х108 1/32. - (Краткий курс) (Обложка) ISBN 978-5-9558-0444-6, 500 экз.

12. Якушева, С. Д. Основы педагогического мастерства и профессионального саморазвития: Учебное пособие / С.Д. Якушева. – М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 416 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-91134-721-5, 1000 экз.

13. Пашкевич, А. В. Основы проектирования педагогической технологии. Взаимосвязь теории и практики: Уч.-метод. пос./ А.В. Пашкевич. – 2 изд.,

испр. и доп. – М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 76 с.: 60x88 1/16. – (ВО: Бакалавриат). (о) ISBN 978-5-369-01095-2, 100 экз.

14. Трайнев, В. А. Новые информационные коммуникационные технологии в образовании [Электронный ресурс] / В. А. Трайнев, В. Ю. Теплышев, И. В. Трайнев. – 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация “Дашков и К°”, 2013. – 320 с. - ISBN 978-5-394-01685-1.

15. Психология и педагогика: Учебное пособие / О.В. Пастюк. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 160 с.: 60x90 1/16 + (Доп. мат. znanium.com). - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006300-3, 500 экз.

16. Симонов, В. П. Педагогика и психология высшей школы. Инновационный курс для подготовки магистров: Учебное пособие / В.П. Симонов. – М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 320 с.: 60x90 1/16 + (Доп. мат. znanium.com). (п) ISBN 978-5-9558-0336-4, 500 экз.

Дополнительная:

17. Рубцов В. В. Профессионально-личностные ориентации в современном высшем образ.: Учеб. пособие / В.В.Рубцов, А.М.Столяренко и др.; Под ред. В.В.Рубцова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 304 с.: 60x90 1/16. - (Высш. обр.: Бакалавр.). (п) ISBN 978-5-16-006583-0, 500 экз.

18. Старжинский В. П. Методология науки и инновационная деятельность: Пособие для аспирантов, магистров и соискателей / В.П.Старжинский, В.В.Цепкало. – М.: НИЦ Инфра-М; Мн.: Нов. знание, 2013. – 327с.: ил.; 60x90 1/16 - (Высш. обр.: Магистр.). (п) ISBN 978-5-16-006464-2, 500 экз.

19. Профессионально-личностные ориентации в современном высшем образ.: Учеб. пособие / В.В.Рубцов, А.М.Столяренко и др.; Под ред. В.В.Рубцова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 304 с.: 60x90 1/16. - (Высш. обр.: Бакалавр.). (п) ISBN 978-5-16-006583-0, 500 экз.

20. Подымова Л.С. Психолого-педагогическая инноватика: личностный аспект: Монография. – М.: МПГУ, 2012. – 207 с.

Литература для подготовки вопросов по дисциплине «Проблемы микро и макроэкономики»

Основная:

1. Макроэкономика : Продвинутый уровень : курс лекций / Б. Е. Бродский. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2019. — 336 с. - Текст : электронный. - URL: <https://libproxy.bik.sfu-kras.ru:2084/catalog/product/1020231>.

2. Макроэкономика (продвинутый уровень): Конспект лекций / Матросова Е.В. - Москва :КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 106 с.: ISBN 978-5-906818-16-4 - Текст : электронный. - URL: <https://libproxy.bik.sfu-kras.ru:2084/catalog/product/767261>.

3. Маховикова, Г. А. Микроэкономика. Продвинутый курс : учебник и практикум / Г. А. Маховикова, С. В. Переверзева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 322 с. — (Магистр). — ISBN 978-5-9916-3590-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/508164>.

4. Микроэкономика для продвинутых: задачи и решения: Учеб. пособие / А.П. Киреев, П.А. Киреев. - Москва : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 160 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0151-3 - Текст : электронный. - URL: <https://libproxy.bik.sfu-kras.ru:2084/catalog/product/200435>.

5. Розанова, Н. М. Макроэкономика. Продвинутый курс в 2 ч. Часть 1 : учебник для вузов / Н. М. Розанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 283 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01996-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512796>.

6. Розанова, Н. М. Макроэкономика. Продвинутый курс в 2 ч. Часть 2 : учебник для вузов / Н. М. Розанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 382 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01998-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512797>.

Дополнительная:

1. Бойцова, Е. Ю. Микроэкономика и макроэкономика: актуальные проблемы : учебник и практикум для вузов / Е. Ю. Бойцова, Н. К. Вошикова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15458-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517944>.

2. Корнейчук, Б. В. Макроэкономика. Продвинутый курс : учебник и практикум для вузов / Б. В. Корнейчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 385 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02582-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512224>.

3. Левина, Е. А. Микроэкономика : учебник и практикум для вузов / Е. А. Левина, Е. В. Покатович. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 673 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09724-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493688>.

Литература для подготовки вопросов по дисциплине «Маркетинг в отраслях и сферах экономики»

1. 4Р маркетинга. Основная модель концепции маркетинг-микса. — [Электронный ресурс]. URL: https://zgbrand.ru/statiy/marketing/4p_marketinga_osnovnaya_model_koncepcii_marketing-miksa

2. Агафонов, А. Сетевой маркетинг. Система рекрутирования в Интернете / А. Агафонов. - М.: Омега-Л, 2019. - 128 с.

3. Акулич, М. Инновационный маркетинг: потенциал, информационная система, исследования / М. Акулич. — Москва : Издательские решения, 2020.

4. Алан-Рейс Н.В. Использование цифровых технологий в мерчендайзинге / EScio. — 2019. — №11. — С.599-607.

5. Алборова Е.Н., Алборов А.Е. Инновационные способы продвижения товаров // Молодежь и научнотехнический прогресс. 2018. С. 19–22.
6. Алешникова, В. И., Береговская, Т. А., Сумарокова, Е. В. Стратегия омниканального маркетинга // Вестник университета. – 2019. – № 2. – С. 39-45. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2019-2-39-45>
7. Аналитика Рунета [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://therunet.com/pulse>
8. Аренков И.А., Шагиева Я.М. Омниканальность в управлении покупательским опытом // Креативная экономика, №2 (13), 2019. С.357 – 370
9. Ашманов, И., Иванов, А. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах / И. Ашманов, А. Иванов. – СПб.: Питер, 2018. – 156 с.
10. Багиев Г. Л. Маркетинг: учебник для вузов / Под общей ред. Г.Л. Багиева. – М.: Экономика, 2018. – 703 с.
11. Багиев Г.Л. Маркетинг взаимодействия: учебник для ВУЗов. — СПб.: Астерион, 2017. – 332 с.
12. Багиев, Г.Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / Г.Л. Багиев, Н.П. Кетова. - Санкт-Петербург: Астерион, 2019. - 340 с.
13. Банкин А. Контент-маркетинг для роста продаж. – СПб: Питер, 2019. 272 с.
14. Бердышев С.Н. Информационный маркетинг: Практическое пособие, 4-е изд., стер.- М.: Дашков и К, 2021.- 216 с.
15. Береговская Т.А., Гришаева С.А. Поколение Z: потребительское поведение в цифровой среде // Вестник университета, №1, 2020. С. 92 – 99
16. Березин И.С. Маркетинг. Большой толковый словарь Александра Панкрухина. 3-е изд., перераб./ Березин И.С., Карпова С.В., Коро Н.Р. под общ. ред.- М.: Дашков и К, 2022.- 520 с.
17. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. - СПб.: Питер. — 2016. – 269 с.
18. Васильева, Е.В., Маркетинг и управление продуктом на цифровых рынках: генерация и проверка идей через CustDev, дизайн-мышление и расчеты юнит-экономики : учебник / Е.В. Васильева, М.Р. Зобнина. — Москва : КноРус, 2023. — 723 с. — ISBN 978-5-406-10544-3. — [URL:https://book.ru/book/945917](https://book.ru/book/945917)
19. Вебер Л. Эффективный маркетинг в интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в сети / Л. Вебер . – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 315 с.
20. Випперфюрст А. Вовлечение в бренд: как заставить покупателя работать на компанию. — М.: ИД «Коммерсант»; СПб.: ИД «Питер», 2017. – 258 с.
21. Глазова Л. Зачем пиарщику линейка? Советы по измерению коммуникаций.- М.: Альпина ПРО, 2021.- 168 с.
22. Гнатюк, О. Основы теории коммуникации / Ольга Гнатюк. - М.: КноРус, 2021. - 172 с.
23. Горнштейн М.Ю. Современный маркетинг: Монография, 4-е изд.- М.: Дашков и К, 2022.- 404 с.

24. Гоулман Д. Социальный интеллект. Новая наука о человеческих отношениях.-М.: corpus, 2021.- 516 с.
25. Григорян, Е. Маркетинговые коммуникации : Учебник / Е. Григорян. – Москва : Инфра-М, 2020.
26. Грушевский С. PR в B2B.- М.: Спутник+, 2021.- 100 с.
27. Губарец М.А., Мазилкина Е.И. Продвижение и позиционирование в маркетинге, или Как продвинуть любой товар: Учебно-практическое пособие.- М.: Дашков и К, 2022.- 222 с.
28. Джей, Р. Малозатратный маркетинг / Р. Джей. - Санкт-Петербург: Питер, 2017. - 240 с.
29. Казюлина Н.Н., Сакович С.М. Event – маркетинг. (Монография).- М.:Русайнс, 2021.- 72 с.
30. Калужский М. Л. Электронная коммерция: маркетинговые сети и инфраструктура рынка. М.: Экономика, 2014. 328 с.
31. Камминз Дж . Стимулирование сбыта . Как провести эффективную промо-компанию / Дж. Камминз. - М.: Инфра-М, 2019. – 108с.
32. Каптерев А. Хорошая, плохая, продающая. Мастерство презентации.- М.: МИФ, 2021.- 384 с.
33. Кендалл Л. Ниндзя продаж: Тайное искусство больших продаж.- М.: Альпина Паблишер, 2021.- 387 с.
34. Кеннеди Д., Уэлш-Филлипс К. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум. –М. Альпина Паблишер, 2018. 344 с.
35. Ким С.А. Маркетинг: Учебник, 3-е изд.- М.: Дашков и К, 2021.- 258 с.
36. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации. Общество. СМИ. Власть / А.Г. Киселев. - М.: Юнити-Дана, 2021. - 432 с.
37. Климович Н.Г. Контент. Топовые техники SEO- продвижения.- Вологда.: Инфра- Инженеринг, 2021.- 320 с.
38. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы : учебное пособие для вузов / А. В. Ковалева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2021. – 155 с.
39. Кожушко О.А. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учеб. пособие / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев. Компания «Интелсиб». – Новосибирск: РИЦ НГУ, 2015. – 327 с.
40. Кокрум Д. Интернет-маркетинг: лучшие бесплатные инструменты: пер. с англ. – М.: Манн, 2013. – 367 с.
41. Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2021. – 222 с.
42. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М. : Юрайт, 2021. – 383 с.
43. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета/ Майкл Стелзнер – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 288 с.
44. Костина А.Г, Макаревич Э.Ф., Карпухин О.И. Основы рекламы. Учебное пособие.- М.: КноРус, 2021.- 402 с.

45. Крайнов Г.Н. Технология подготовки и реализация компании по рекламе и PR.-СПб.: Лань, 2021.- 372 с.
46. Кузнецов П.А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии, 2-е изд., перераб. – М.: Дашков и К, 2018. 131 с.
47. Макализ, Д. Экономика бизнеса: конкуренция, макростабильность и глобализация / Д. Макализ; перевод с английского О. А. Самошкиной. - 4-е изд. - Москва: Лаборатория знаний, 2020. - 698 с. - ISBN 978-5-00101-839-1. - Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. - URL: <https://e.lanbook.com/book/135541>
48. Маркетинг и цифровые коммуникации : учебник / под ред. Д-ра экон.наук, проф. О.У.Юлдашевой. – СПб. : Изд-во СПбЭУ , 2019. – 232 с.
49. Маркетинг: проблемы, решения и перспективы / Под научной редакцией В.В. Никишкина. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью "Русайнс", 2022. – 422 с. – ISBN 978-5-466-00792-3. – EDN IHIJGNJ
50. Моазед А. Платформа: практическое применение революционной бизнес-модели / Алекс Моазед, Николас Джонсон ; пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 288 с.
51. Морозов Ю.В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Учебник, 9-е изд. – М.: Дашков и К, 2018. 448 с.
52. Новожилова И. SMM. Эффективное продвижение в соцсетях.- М.: BHV, 2021.- 352 с.
53. Омниканальность в российском ритейле. Анализ КПИМГ. 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/P3Hmw>
54. Павлюк Ю. Digital всемогущий. 101 инструмент для повышения продаж с помощью цифровых технологий.- М.: Бомбора, 2021.- 208 с.
55. Парамонова, Т.Н., Мерчандайзинг. : учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов. — Москва : КноРус, 2022. — 143 с. — ISBN 978-5-406-08897-5. — URL:<https://book.ru/book/942992> (дата обращения: 30.10.2022). — Текст : электронный.
56. Прахалад К.К., Кришнан М.С. Пространство бизнес-инноваций: Создание ценности совместно с потребителем / К. К. Прахалад, М. С. Кришнан ; Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишерз : Издательство Юрайт, 2011. — 258 с
57. Ромат, Е. В. Реклама / Е.В. Ромат. - М.: Питер, 2021. - 496 с.
58. Румянцев Д., Франкель Н. Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий. – СПб: Питер, 2018. 320 с.
59. Сенаторов А. Контент-маркетинг. Стратегии продвижения в социальных сетях. – М.: Альпина Паблишер, 2017. 153 с.;
60. Сет Годин. Доверительный маркетинг. Как из незнакомца сделать друга и превратить его в покупателя. — М.: «Альпина Паблишер», 2019. — 256 с.
61. Синяева, И. М. Маркетинг в торговле / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. – 7-е издание. – Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2022. – 396 с. – ISBN 978-5-394-04950-7. – EDN EZENBM.

62. Твердохлебова М.Д. Актуальные вопросы развития маркетинга: опыт, тенденции, инновации.- М.: Русайнс, 2021.- 342 с.
63. Токарев Б.Е. Маркетинг инновационно-технологических стартапов. – М.: Магистр, 2018. 264 с.
64. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – М.: Юрайт, 2021. – 263 с.
65. Федеральный закон «О рекламе». Текст с изменениями и дополнениями на 2021 год.- М.: Эксмо-Экспресс, 2021.- 64 с.
66. Федорук Е. Онлайн – бизнес: юридическая упаковка и сопровождение интернет- проектов.- М.: Феникс, 2021.- 190 с.
67. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. – М.: Юрайт, 2021. – 391 с.
68. Цагарейшвили С.А. Оперное искусство: специфика маркетинговых коммуникаций: Монография.- М.: Дашков и К, 2021.- 92 с.
69. Цахаев Р.К., Муртузалиева Т.В. Маркетинг: Учебник, 6-е изд., стер.- М.: Дашков и К, 2021.- 548 с.
70. Чаган, Н.Г., PUBLIC RELATIONS в режиме реального маркетинга : учебное пособие / Н.Г. Чаган. — Москва : Русайнс, 2023. — 340 с. — ISBN 978-5-466-01826-4. — URL:<https://book.ru/book/946800> (дата обращения: 30.10.2022). — Текст : электронный.
71. Чаган, Н.Г., Public Relations: управление преднамеренными коммуникациями : учебное пособие / Н.Г. Чаган. — Москва : Русайнс, 2023. — 289 с. — ISBN 978-5-4365-9912-0. — URL:<https://book.ru/book/945231> (дата обращения: 30.10.2022). — Текст : электронный.
72. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшинз, брендинг.- М.: Дашков и К, 2022.- 322 с.
73. Шарков Ф.И., Силкин В.В. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммуникологии: Монография, 5-е изд.- М.: Дашков и К, 2022.- 302 с.
74. Шваб, К. Четвертая промышленная революция [Текст] / К.Шваб. – М. : Изд-во Эксмо, 2016. – 134 с.
75. Шевченко Д.А. Интегрированные коммуникации: Энциклопедия, 3- е изд.-М.: Дашков и К, 2022.- 298 с.
76. Шевченко Д.А. Основы современного маркетинга: Учебник, 2-е изд., перераб. и доп.- М.: Дашков и К, 2021.- 613 с.
77. Шевченко Д.А. Цифровой маркетинг: обзор каналов и инструментов // Журнал: «Практический маркетинг», 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/N8Uku>
78. Шевченко Д.А., Пономарева Е.В. Продвижение товаров и услуг: Практическое руководство.- М.: Дашков и К, 2021.- 372 с.
79. David Jobber, Fiona Ellis-Chadwick Principles and Practice of Marketing. Изд.: McGraw-Hill Education, 2013. – 928 с.
80. Dennis. Omnichannel eCommerce Marketing Strategies: 8 Ideas To Create The Perfect Customer Journey // Core dna [Электронный ресурс]. – Режим

доступа: <https://www.coredna.com/blogs/omnichannel-ecommerce-marketing-strategy>

81. Evaldas Mockus. Omnichannel vs. Multichannel: How to Know the Difference [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://www.omnisend.com/blog/omnichannel-vsmultichannel>

82. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, by Philip Kotler, Hermawan Kartajaya and Iwan Setiawan (Wiley, 2017)

83. Morgan B. Five Trends Shaping The Future Of Customer Experience In 2020 (ed. 2019) / B. Morgan // Forbes. – [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.forbes.com/sites/blakemorgan/2019/12/17/5-predictions-for-customer-experience-in-2020/#487b11cb2ec7>

84. Woods, A. Omnichannel and multichannel Marketing: What's the difference and why is it important? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/P3HmP>

Литература для подготовки вопросов по дисциплине «Методология конкурентного анализа»

Основная:

1. Абаева, Н. П. Конкурентоспособность организации / Н. П. Абаева, Т. Г. Старостина – Ульяновск: УлГТУ, 2018.– 259с.

2. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л.Азоев, А.П.Челенков. - М., 2000. - 256с.

3. Архипова, Л.С. Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции: Монография / Л.С. Архипова, Г.Ю. Гагарина, А.М. Архипов. - М.: ИНФРА-М, 2015 - 104 с.: 60х90 1/16. - (Научная мысль). (о) (2) ISBN 978-5-16-010478-2.

4. Багиев Г.Л. Сегментация рынка и диагностика конкурентной среды в системе маркетинга [Электронный ресурс]/ Г.Л. Багиев, Е.Л. Богданова. - Маркетинг-статистика. – 2008. - №2.6. – Режим доступа : <http://www.marketing.spb.ru>.

5. Беленов, О. Н. Конкурентоспособность стран и регионов / О.Н. Беленов, А.А. Анучин. - М.: КноРус, 2021. - 144 с.

6. Березов, Н. И. Конкуренция в экономике / А. И. Березов. – М.: Ника-Центр, 2018. – 768 с.

7. Беспалов В.В., Гагарина Г.Ю. Конкурентоспособность региона. Учебно-практическое пособие. – М.: КноРус, 2021.- 248 с

8. Данилов, И. П. Конкурентоспособность регионов России. Теоретические основы и методология / И.П. Данилов. - М.: Канон+РООИ "Реабилитация", 2020. - 368 с.

9. Ишханов А. В. О необходимости выделения однородных групп стран при выявлении макроэкономических зависимостей / А.В. Ишханов // Финансы и кредит. — 2008. — № 9. — С. 68—77.

10. Карапетян А.Г. Политика поддержки конкуренции как ключевой фактор экономического роста региона в современных условиях // Научный Лидер. – 2021. – № 14. – С. 76-78. –

URL: https://scilead.ru/media/journal_pdf_16_3_MwieVor.pdf (дата обращения: 22.11.2022).

11. Колужнова Н.Я. Конкурентоспособность регионов: теория и методология анализа в контексте современного экономического развития: дис. канд. экон. наук : 08.00.1 : защищена 22.02.04 : утв. 28.07.04 / С. Д. Гаак. – Ирк., 2004. – 242 с.

12. Коробицын М.В. Конкуренция как фактор экономического роста. Пути повышения конкурентоспособности предпринимательской деятельности // Московский экономический журнал. – 2019. – № 1. – С. 1-7. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurenciya-kak-faktor-ekonomicheskogo-rosta-puti-povysheniya-konkurentosposobnosti-predprinimatelskoy-deyatelnosti> (дата обращения: 14.11.2022).

13. Кузнецова, Е. И. Экономическая безопасность и конкурентоспособность. Формирование экономической стратегии государства [Электронный ресурс] : монография / Е. И. Кузнецова. - ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 239 с. - ISBN 978-5-238-02242-0.

14. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг / И.М. Лифиц. - М.: Высшее образование, Юрайт, 2022. - 464 с.

15. Морозова Г.А. Конкурентоспособность регионов [Электронный ресурс] / Г.А. Морозова. – Режим доступа: [http://www.unn.ru/pages/issues/vestnik/99990193_West_econ_finans_2005_1\(7\)/91.pdf](http://www.unn.ru/pages/issues/vestnik/99990193_West_econ_finans_2005_1(7)/91.pdf).

16. Носова Н.С. Конкурентная стратегия компании, или Маркетинговые методы конкурентной борьбы. – М.: Дашков и К, 2017. 256 с.

17. Носова Н.С. Конкурентная стратегия компании, или Маркетинговые методы конкурентной борьбы. – М.: Дашков и К, 2017. 256 с.

18. О защите конкуренции: федер. закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2008. — № 17.

19. Об утверждении порядка проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке [Электронный ресурс]: приказ ФАС Рос. Федерации от 26.04.2006 №8121—н ред. от 27.07.2006. – Режим доступа: Консультант Плюс.

20. Осадчук, Е. В. Конкурентоспособность в Интернете. Как сделать свой проект успешным / Е.В. Осадчук. - М.: Бином. Лаборатория знаний, 2020. - 152 с.

21. Парамонова, Т. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли / Т. Парамонова. - М.: КноРус, 2021. - 302 с.

22. Пармененков, К. Н. Управление процессом развития конкуренции и монополизации в условиях повышения конкурентоспособности России : монография / К.Н. Пармененков. - Москва: ИНФРА-М, 2018. - 80 с. - (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-003694-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/953151>

23. Печаткин В.В. Теоретические и практические аспекты оценки конкурентоспособности регионов [Электронный ресурс] / В.В. Печаткин. – Режим доступа: <http://isei.communityhost.ru>.

24. Показаньева Т.В. Развитие конкуренции в регионах РФ // Приоритетные направления регионального развития : сб. ст. по материалам II Всерос. (национальной) науч.-практ. конф. с междунар. участием, 25 февр. 2021 г. / Курганская гос. сельскохозяйственная акад. им. Т.С. Мальцева ; под общ. ред. И.Н. Миколайчика. – Курган : КГСА им. Т.С. Мальцева. – 2021. – С. 234-238. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45739999> (дата обращения 21.11.2022).

25. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер ; пер. с фр. Д.М. Ляпешев ; под ред. Л.В. Сафоновой. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 715 с.

26. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер; пер. с англ. В.Г. Дудин ; под ред. А.А. Шпис. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 453 с.

27. Рей А. Конкурентные стратегии государства и фирм в экспортно-ориентированном развитии [Электронный ресурс] / А. Рей. – Режим доступа http://libnn.ru/component/option,com_marc/task,view/Itemid,55.

28. Рой Л.В. Анализ отраслевых рынков: учебник.- М.: ИНФРА-М/Л.В. Рой, В.П. Третьяк.- Москва, 2008.- 442 с.

29. С.С. Фирсенко, Л.В. Юшкова Конкурентная среда регионального продовольственного рынка: Монография/ С.С.Фирсенко, Л.В. Юшкова; Красноярск. гос. торг.-экон.ин-т.- Красноярск, 2011.-292 с.

30. Светульников С.Г. Информационное обеспечение конкурентоспособности [Электронный ресурс] / С.Г. Светульников. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>.

31. Тарануха Ю.В. Конкуренция. Система и процесс: учебник. – М.: Изд-во Дело и сервис. – Москва, 2012. – 672 с.

32. Факторы конкурентоспособности [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.expert.ru/printissues/expert/2008/49>.

33. Факторы социально-экономического развития региона [Электронный ресурс] . – Режим доступа : <http://isei.communityhost.ru>.

34. Фатхутдинов, Р. А. Глобальная конкурентоспособность. На стол современному руководителю / Р.А. Фатхутдинов. - М.: Стандарты и качество, 2021. - 464 с.

35. Фролов, Д. Диагностика конкурентной среды [Электронный ресурс] / Р.А. Фролов. – Режим доступа : <http://frolovd.narod.ru/market.htm>.

36. Чепурко В.В. Методика оценки интенсивности конкуренции на региональных рынках [Электронный ресурс] / В.В. Чепурко. – Режим доступа : http://www.nbuv.gov.ua/Articles/KultNar/knp46/knp46_87-91.pdf.

37. Шеховцева А. Конкурентоспособность региона: факторы и метод создания / А. Шеховцева // Маркетинг в России и за рубежом. — 2004. — № 4. — С. 11—15.

38. Юшкова Л.В. Конкурентный анализ товарных рынков и услуг: учеб. пособие/ Л.В. Юшкова; Красноярск. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2008.- 294 с.

39. Яни А.В. Теоретико-методологические аспекты и роль конкуренции в развитии экономических субъектов и национальной экономики // Креативная экономика. – 2021. – № 5. – С. 1-20. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoretiko-metodologicheskie-aspekty-i-rol-konkurentsii-v-razvitii-ekonomicheskikh-subektov-i-natsionalnoy-ekonomiki> (дата обращения: 22.11.2022).

Литература для подготовки вопросов по дисциплине «Методология научного исследования и оформление результатов научной деятельности»:

Основная:

1. Свидерская И.В., Кратасюк В.А. Как написать и опубликовать статью в международном научном журнале. СФУ, Красноярск, 2011 г. Методическое пособие. 52 стр. Полный текст. Доступ в сети СФУ.
2. Резник С. Д. Как защитить свою диссертацию [Текст] : практ. пособие / С. Д. Резник. - М. : ИНФРА-М, 2011. - 346 с. (2 экз.)
3. Резник С. Д. Аспирант вуза [Текст] : технологии научного творчества и педагогической деятельности / С. Д. Резник. - М. : ИНФРА-М, 2011. - 518 с. (4 экз.)
4. Ярская В. Н. Методология диссертационного исследования: как защитить диссертацию [Текст] : полезно молодому ученому, соискателю ученой степени / В. Н. Ярская. - М. : ООО "Вариант" , 2011. - 175 с. (1 экз.)
5. Райзберг Б.А. Диссертация и ученая степень [Текст] : пособие для соискателей / Б. А. Райзберг. - М. : ИНФРА-М, 2009. - 240 с. (1 экз.)

Дополнительная:

6. Кун, Т. Структура научных революций / Т. Кун. – М. : Изд. АСТ, 2001.
7. Поппер, К. Логика и рост научного знания / К. Поппер. – М. : Прогресс, 1983.
8. Рузавин, Г. И. Методология научного исследования : учеб. пособие для вузов / Г.И. Рузавин. – М. :ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 317с.
9. Черникова, И. В. Философия и история науки : учеб. пособие / И. В. Черникова. –Томск : Изд-во НТЛ, 2001. – 352 с.
10. Кравченко, А. Ф. История науки и техники / А. Ф. Кравченко. – Новосибирск : Изд-во СО РАН, 2005. – 435 с.
11. Владимиров, Ю. А. Как написать дипломную работу / Ю. А. Владимиров. – М., 2000.
12. Эко, У. Как написать дипломную работу / У. Эко // Гуманитарные науки. – М. : Симпозиум, 2004. – 304 с.
13. Day R. A. and Gastel B. How to write and publish a scientific paper [Book]. - [s.l.] : Greenwood, 2006. - p. 360.
14. Day R.A. Scientific English: a guide for scientists and other professionals [Book]. - [s.l.] : Oryx Press, 1995. - p. 160.
15. Dodd J. The ACS style guide. A manual for authors and editors [Book]. - Washington DC : American chemical society, 1986. - p. 264.

16. Gross A. G., Harmon J. E. and Reidy M. Communicating science: the scientific article from the 17th century to the present [Book]. - [s.l.] : Oxford university Press, 2002. - p. 280.
17. Hartley J. Academic writing and publishing: a practical handbook [Book]. - [s.l.] : Routledge, 2008. - p. 208.
18. Scientific style and format: the CSE manual for authors, editors, and publishers (CSE, Scientific style and format) [Book]. - 2006. - p. 658.
19. Swales J. M. and Feak C. Academic writing for graduate students, second edition: essential tasks and skills [Book]. - [s.l.] : University of Michigan press, 2004. - p. 344.
20. Swales J. M. and Feak C. English in today's research world: a writing guide (Michigan series in English for academic & professional purposes). - [s.l.] : University of Michigan press/ESL, 2000. - p. 300.
21. The scientific article: From Galileo's new science to the human genome [Online]. - октябрь 24, 2010. - <http://www.fathom.com/>.
22. Суковатый, А. Г. Информационно-коммуникационные технологии в образовании : учеб.пособие / А. Г. Суковатый, И. Е. Суковатая, К. Н. Захарьин, В. А. Кратасюк – Красноярск : ИПК СФУ, 2008. – 177 с. – (Информационно-коммуникационные технологии в образовании : УМКД № 167-2007 / рук.творч. коллектива А. Г. Суковатый).
23. Информационно-коммуникационные технологии в образовании : лаб. практикум / И. Е. Суковатая, А. Г. Суковатый, К. Н. Захарьин, В. А. Кратасюк. – Красноярск : ИПК СФУ, 2008. – 78 с. – (Информационно-коммуникационные технологии в образовании : УМКД № 167-2007 / рук.творч. коллектива А. Г. Суковатый).
24. Информационно-коммуникационные технологии в образовании : метод.указания по самостоятельной работе / сост. : И. Е. Суковатая, А. Г. Суковатый. – Красноярск : ИПК СФУ, 2008. – 16 с. – (Информационно-коммуникационные технологии в образовании : УМКД №167-2007 / рук.творч. коллектива А. Г. Суковатый).
25. Рузавин, Г. И. Методология научного исследования : учеб. пособие для вузов / Г.И. Рузавин. – М. :ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 317с.
26. Владимиров, Ю. А. Как написать дипломную работу / Ю. А. Владимиров. – М., 2000.
27. Кузин, Ф. А. Кандидатская диссертация. Методика написания, правила оформления и порядок защиты / Ф. А. Кузин. – М., 1998.
28. Эко, У. Как написать дипломную работу / У. Эко // Гуманитарные науки. – М. : Симпозиум, 2004. – 304 с.
29. Ноздрачев, А. Д. Нобелевские премии по физиологии или медицине за 100 лет / А. Д. Ноздрачев, А. Т. Марьянович, Е. Л. Поляков и др. – СПб. : Гуманистика, 2002.
30. Кузнецова, Н. И. Социо-культурные проблемы формирования науки в России (XVIII – середина XIX вв.) / Н. И. Кузнецова. – М. : УРСС, 1997.
31. СТО 4.2-07–2008. Система менеджмента качества. Общие требования к построению, изложению и оформлению документов учебной и научной

деятельности [текст] / разработ. : Т. В. Сильченко, Л. В. Белошапко, В. К. Младенцева, М. И. Губанова. – Введ. впервые 09.12.2008. – Красноярск : ИПК СФУ, 2008. – 47 с.

32. Каталог лицензионных программных продуктов, используемых в СФУ / сост. : А. В. Сарафанов, М. М. Торопов. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2008. – Вып. 3.