Образовательное учреждение профсоюзов высшего образования

«Академия труда и социальных отношений»

Курганский филиал

Кафедра математики и прикладной информатики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Направление подготовки: 43.03.01 «Сервис»
Форма обучения: очная
Цикл дисциплин: Б3
Трудоемкость дисциплины (з.е./ ч.) 9/324

Вид учебной работы	**Часы**	**Курсы**				
		I	II	III	IV	V
Аудиторные занятия (всего), в том числе:						
Лекции						
Лабораторные работы						
Практические занятия:						
Из них: текущий контроль (тестирование, коллоквиум) (ТК)						
% интерактивных форм обучения от аудиторных занятий по дисциплине						
Самостоятельная работа (всего), в том числе:	324					324
Курсовая работа: (КР)						
Курсовой проект: (КП)						
Контрольная работа						
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен):	экзамен					экзамен
Общая трудоемкость дисциплины	9/324					9/324

Рабочая программа составлена:

- с учётом требований Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по направлению (43.03.01) «Сервис»;
- на основании учебного плана подготовки бакалавров по данному направлению.

Рабочую программу разработали:

к. ф. – м. н., доцент кафедры МиПИ_____/Косовских С.В./

ст. преподаватель кафедры МиПИ _____/Ищенко Н.В./

Программа утверждена на заседании кафедры

Математики и прикладной информатике

Протокол № ___ от « _» _____201 г.

Заведующий кафедрой

к. ф. – м. н., доцент _____/ Косовских С.В /

СОДЕРЖАНИЕ

I.	ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	4
II.	ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ И ТРЕБОВАНИЯК ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ	9
III.	ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ И ТРЕБОВАНИЯ К ГОСУДАРСТВЕННОМУ ИТОГОВОМУ ЭКЗАМЕНУ	21

I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Целью государственной итоговой аттестации (ГИА) является установление соответствия уровня освоенности компетенций, обеспечивающих соответствующую квалификацию и уровня образования обучающихся, Федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования. Государственная итоговая аттестация призвана способствовать систематизации и закреплению знаний и умений обучающихся по направлению (43.03.01) «Сервис» при решении конкретных профессиональных задач, определению уровня подготовки выпускника к самостоятельной работе.

Государственная итоговая аттестация бакалавра по направлению (43.03.01) «Сервис» профиль «Информационный сервис» включает защиту бакалаврской выпускной квалификационной работы и итоговый государственный экзамен, позволяющий выявить теоретическую и практическую подготовку выпускника к решению профессиональных задач.

Нормативно-правовыми документами для организации государственной итоговой аттестации являются

– Приказ Министерства образования и науки РФ от 20 октября 2015 г. № 1169 “Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.01 Сервис (уровень бакалавриата)” (Зарегистрировано в Минюсте РФ 12.11.2015N 39702).

– Положение о Курганском филиале ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений»

– Положение об итоговой государственной аттестации выпускников ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений».

Одной из форм итоговой государственной аттестации выпускников данного направления является Государственный экзамен по профилю.

Государственный экзамен введен по решению Ученого совета ОУП ВО «АТиСО». Форма и содержание государственного экзамена обеспечивают контроль уровня подготовки выпускников для подтверждения их соответствия квалификационным признакам по компетенциям согласно ФГОС ВО по направлению 43.03.01«Сервис». Государственный экзамен имеет комплексный характер.

В результате подготовки и защиты выпускной квалификационной работы (и сдачи государственного экзамена) обучающийся должен:

– продемонстрировать знание, понимание и умение решать профессиональные задачи в области научно-исследовательской и производственной деятельности в соответствии с профилем подготовки;

– умение использовать современные методы исследований для решения профессиональных задач;

– самостоятельно обрабатывать, интерпретировать и представлять результаты научно-исследовательской и производственной деятельности по установленным формам;

– владеть приемами осмысления информации для решения научно-исследовательских и производственных задач.

Подготовка и защита бакалаврской работы предполагает наличие у обучающегося умений и навыков проводить самостоятельное законченное исследование на заданную тему, свидетельствующее об усвоении обучающимся теоретических знаний и практических навыков, позволяющих решать профессиональные задачи, соответствующие требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Выпускная квалификационная работа должна свидетельствовать о способности и умении обучающегося:

– решать практические задачи на основе применения теоретических знаний;

– вести поиск и обработку информации из различных видов источников;

– выявить управленческую задачу в сфере профессиональной деятельности;

– решить управленческую задачу с использованием аналитических методов с помощью современных информационных технологий;

– грамотно и логично излагать материал, делать обоснованные выводы по результатам исследования.

Выпускная квалификационная работа выполняется, как правило, в соответствии с заявками организаций и предприятий в сфере профессиональной деятельности и на базе производственных практик обучающихся. Тематика работ определяется научно-практическими потребностями организаций-заказчиков с учетом квалификационных требований к выпускникам данного профиля.

В результате защиты выпускной квалификационной работы обучающийся должен продемонстрировать:

- знания о выборе оптимальных процессов сервиса, соответствующем запросам потребителя, организации процесса предоставления услуги потребителю, в том числе с учетом социальной политики государства, о развитии клиентурных отношений;

-умения оценивать производственные и непроизводственные затраты на обеспечение деятельности предприятия сервиса; разрабатывать процесс сервиса, соответствующего запросам потребителя; внедрять и использовать информационные системы и технологий с учетом процесса сервиса;

- владение основными методами обобщения необходимого варианта процесса сервиса, выбора ресурсов и средств с учетом требований потребителя; предоставления услуги потребителю, в том числе с учетом социальной политики государства.

Государственная итоговая аттестация предполагает сформированность у бакалавра следующих общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ОК-2, ОК-3, ОК-5, ОК-6, ОПК-1, ОПК-2,

ОПК-3, ПК-1,ПК-2,ПК-3, ПК-4, ПК-5,ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-12.

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими общекультурными компетенциями:

– способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах (ОК-2);

– способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-3);

– способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-5);

– способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права (ОК-6).

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями:

– способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту сервиса (ОПК-1);

– готовностью разрабатывать технологии процесса сервиса, развивать системы клиентских отношений с учетом требований потребителя (ОПК-2);

– готовностью организовать процесс сервиса, проводить выбор ресурсов и средств с учетом требований потребителя (ОПК-3).

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими виду (видам) профессиональной деятельности, на который(которые) ориентирована программа бакалавриата:

– готовностью к организации контактной зоны предприятия сервиса (ПК-1);

– готовностью к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК-2);

– готовностью к изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сервисной деятельности (ПК-3);

– готовностью к участию в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов (ПК-4);

– готовностью к выполнению инновационных проектов в сфере сервиса (ПК-5);

– готовностью к применению современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей (ПК-6);

– готовностью к разработке процесса предоставления услуг, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий (ПК-7);

– способностью к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями (ПК-8);

– способностью выделять и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности (ПК-9);

– готовностью к проведению экспертизы и (или) диагностики объектов сервиса (ПК-10);

– готовностью к работе в контактной зоне с потребителем, консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса (ПК-11);

– готовностью к осуществлению контроля качества процесса сервиса, параметров технологических процессов, используемых ресурсов (ПК-12).

II. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ И ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ

Выпускная квалификационная работа, ее подготовка и защита представляют собой завершающий этап процесса подготовки бакалавра.

Выпускная квалификационная работа является самостоятельным исследованием выпускника, выполненным под руководством научного руководителя.

Главной целью подготовки выпускной квалификационной работы является систематизация, закрепление, расширение и углубление теоретических знаний и практических навыков, полученных во время обучения в учебном заведении, демонстрация умения использовать их для достижения конкретных практически значимых результатов в области информационного сервиса.

В соответствии с поставленными целями студент в процессе выполнения бакалаврской работы должен решить следующие задачи:

1) обосновать актуальность выбранной темы, ее ценность и значение для предприятия (организации, учреждения, фирмы);

2) изучить теоретические положения, нормативно-законодательную документацию, статистические материалы, справочную и научную литературу по избранной теме;

3) изучить организационно-экономические условия функционирования предприятия и характер их влияния на изменение его конкурентоспособности;

4) собрать необходимый статистический материал для проведения конкретного анализа;

5) провести анализ собранных данных, используя соответствующие методы обработки и анализа информации;

6) сделать выводы и разработать рекомендации на основе проведенного анализа по оптимизации сервисной деятельности предприятия (организации, учреждения);

7) оформить бакалаврскую работу в соответствии с нормативными требованиями, предъявляемыми к подобного рода работам.

Защита выпускной квалификационной работы бакалавра сервиса выявляет уровень теоретической и практической подготовленности выпускника к реализации следующих видов профессиональной деятельности:

- сервисной;
-производственно-технологической;
- организационно-управленческой;
- научно-исследовательской.

Успешно выполненная выпускная квалификационная работа бакалавра свидетельствует о том, что выпускник готов к продолжению образования по программам подготовки магистра, а также к ведению профессиональной деятельности в области сервиса и информационного сервиса.

1 Выбор темы выпускной квалификационной работы

Темы выпускных квалификационных работ определяются высшим учебным заведением. Студенту может предоставляться право выбора темы выпускной квалификационной работы в порядке, установленном высшим учебным заведением, вплоть до предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки. Для подготовки выпускной квалификационной работы студенту назначается руководитель.

Выбор темы определяется интересами и склонностями студента к той или иной проблеме, потребностью развития и совершенствования самого производства, научной специализацией кафедры и ее преподавателей.

При выборе темы выпускной квалификационной работы следует руководствоваться актуальностью проблемы, возможностью получения

конкретных статистических данных, наличием специальной научной литературы, практической значимостью темы для конкретной организации.

Студенту, занимающемуся в научном студенческом кружке, целесообразно подготовить работу по теме, над которой он работал несколько лет. Выпускная квалификационная работа является продолжением и логическим завершением исследований, начатых в курсовых работах и в период производственной практики, нашедших отражение в отчете по практике. Студент должен руководствоваться примерным перечнем тем квалификационных работ, имеющимся на выпускающей кафедре, предварительно проконсультировавшись со своим научным руководителем.

Студент, желающий выполнить работу на тему, не предусмотренную примерной тематикой, должен обосновать свой выбор и получить разрешение заведующего кафедрой. Если одна и та же тема выбрана многими студентами, то кафедра оставляет ее только за теми студентами, которые наиболее аргументировано обосновали свой выбор; остальным студентам предлагается выбрать другую тему. После выбора темы ее точное название необходимо написать в заявлении и получить на кафедре задание на выпускную квалификационную работу.

Темы ВКР определяются руководителем работы по согласованию со студентом, обсуждаются на заседании выпускающей кафедры и утверждаются приказом ректора ОУП ВПО «АТиСО» не позднее, чем за два месяца до начала защит.

3 Структура и содержание выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа должна содержать следующие структурные составляющие:

– титульный лист;

– задание на бакалаврскую работу;

– аннотацию;

– содержание;

– введение;

– основную часть, состоящую из 2 разделов;

– заключение;

– список использованных источников;

– глоссарий;

– приложения (если необходимо).

Объем бакалаврской работы должен быть не более 50-60 страниц (в соответствии с требованиями к оформлению).

Содержание выпускной квалификационной работы имеет следующий вид:

Содержание

Введение

Раздел 1 Теоретические и методологические аспекты (название проблемы)

1.1 Теоретические и методологические подходы в отечественной и практике по теме исследования.

1.2 Нормативно-законодательная база, регулирующая изучаемую проблему.

1.3 Методология исследования данной проблемы

Раздел 2 Анализ состояния рассматриваемой проблемы (на примере …)

2.1 Краткая характеристика объекта исследования (организационно-экономические условия функционирования предприятия)

2.2 Анализ состояния проблемы

2.3 Рекомендации по совершенствованию (в соответствии с проблемой)

Заключение

Список использованных источников (не менее 25 проработанных источников)

Глоссарий (не менее 20 понятий)

Приложения (формы сбора, способы обработки информации и др.)

Содержание (оглавление) включает в себя названия разделов, подразделов, пунктов выпускной квалификационной работы. Обязательное требование – дословное повторение в заголовках содержания названий разделов, представленных в тексте, в той же последовательности и соподчиненности.

Во **введении** кратко характеризуется проблема, решению которой посвящена бакалаврская работа. При этом обосновывается актуальность выбранной темы со ссылками на специальную литературу, определяется цель работы и совокупность задач, которые решены для раскрытия выбранной темы; указываются объект и предмет исследования, а также научная и практическая значимость работы.

Основная часть бакалаврской работы состоит из двух разделов, каждый из которых делится на три параграфа.

Раздел 1 Теоретические и методологические подходы к проблеме …

На основе изучения публикаций отечественных и зарубежных авторов излагается сущность исследуемой проблемы. По первому разделу судят о глубине теоретической базы бакалаврской работы. Приветствуется использование источников монографического характера и публикаций в ведущих российских и зарубежных специализированных журналах.

В процессе изучения литературных источников очень важно найти сходство и различия точек зрения разных авторов, дать их анализ и обосновать свою позицию по данному вопросу.

Составной частью данного раздела должен быть обзор нормативно-законодательной базы, которая регулирует вопросы рассматриваемой проблемы.

Разработка методического раздела выпускной квалификационной работы предполагает обзор теоретических подходов к методике исследования, разработку собственной программы исследования, включая обоснование выборочной совокупности форм сбора первичной информации

(анкеты, аналитические таблицы, бланки фиксации результатов и т.п.), а также методику ее обработки и анализа полученных данных.

Одно из главных требований данного раздела - наличие конкретных ссылок на библиографические источники (не менее 25 ссылок).

Раздел 2 Анализ состояния рассматриваемой проблемы исследования на конкретном предприятии (учреждении, организации)

В этом разделе дается краткая характеристика объекта исследования. На основе разработанной методики исследования анализируется состояние проблемы в конкретной организации (учреждении, предприятии). Материалами для анализа могут быть планы работы организаций, годовые отчеты, статистическая отчетность и другая служебная документация, изученная студентом.

Материалы, служащие базой для обоснования и анализа, должны быть достаточно полными и достоверными, чтобы можно было проанализировать положение дел, вскрыть резервы и наметить пути их использования, а также устранить имеющиеся недостатки в работе.

Анализ состояния дел в организации (учреждении, предприятии) предполагает обработку собранных статистических материалов с помощью современных методов экономического, социологического анализа.

Выполняется сравнительный анализ по результатам которого делается вывод, как позиционируется анализируемый объект в отрасли (регионе) или на международной арене.

Результаты анализа служат базой для разработки и обоснования в выпускной квалификационной работе конкретных управленческих решений для улучшения конкурентоспособности объекта исследования.

В частности, намечаются пути использования скрытых резервов, устранения выявленных недостатков в работе, обосновываются решения, обеспечивающие реализацию цели и задач работы.

В этом же разделе даются методические подходы и выполняется оценка эффективности от предлагаемых мероприятий; обосновываются экономические, социальные и другие ценности полученных результатов.

В **заключении** последовательно излагаются основные теоретические и практические выводы и предложения, полученные в ходе проведенного исследования. Выводы и предложения, которые следует формулировать четко, с нумерацией отдельных пунктов, должны быть краткими, давать представление о содержании, значимости, обоснованности и эффективности результатов выпускной квалификационной работы бакалавра.

Список использованных источников должен содержать сведения об источниках, использованных при написании бакалаврских работ (законодательные и нормативные материалы, учебники, учебные и методические пособия, монографии, другие научные труды, статьи из журналов и иных периодических изданий и информационных материалов).В библиографическом списке следует привести не менее 25 источников, изданных за последние пять лет на которые содержатся ссылки в работе.

Глоссарий - толковый (объясняющий) словарь ключевых понятий и терминов. Используя в тексте выпускной квалификационной работы термины и правильно раскрывая их содержание, автор демонстрирует степень включенности в сферу будущей профессии и готовность к профессиональной и научной деятельности. В глоссарий включаются основные профессиональные термины, факты, персоналии, важнейшие даты. Формулировка понятий глоссария должна соответствовать формулировкам данным в различных словарях, энциклопедиях, справочниках и в документах законодательного характера.

В **приложения** можно вынести вспомогательные материалы: выдержки из официальных и справочных документов, инструкции, описания общепринятых методик, вспомогательные расчеты, формы отчетности, распечатки ЭВМ, справки о внедрении, сведения об опубликованных работах по результатам выпускного исследования. С одной стороны, они призваны

дополнять и иллюстрировать основной текст, а с другой - разгружать его от второстепенной информации. Все материалы, помещаемые в приложениях, должны быть связаны с основным текстом, в котором обязательно делаются ссылки на соответствующие приложения.

Таким образом, примерная структура выпускной квалификационной работы

Введение 2-3с.

Раздел 1, 15-20 с.

Раздел 2, 25-30 с.

Заключение 2-3 с.

Библиографический список 30 ед. (в.т.ч. не менее двух опубликованных статей или докладов на конференции).

Глоссарий не менее 20 понятий.

Приложения

4.Допуск к защите выпускной квалификационной работы.

Написанная выпускная квалификационная работа предоставляется руководителю для проверки, руководитель решает вопрос о ее рекомендации к защите. Выпускная квалификационная работа, подписанная студентом на титульном листе и на последней странице текста, вместе с письменным отзывом руководителя, подписями руководителя, консультанта на двух экземплярах задания, титульном листе, двух титульных листах графической части представляется на нормоконтроль.

Цель нормоконтроля – обеспечить соответствие выпускной квалификационной работы нормам и требованиям, установленным государственными стандартами, другими нормативными и директивными документами.

После прохождения нормоконтроля выпускная квалификационная работа представляется на подпись заведующему кафедрой и после подписи направляется на рецензию. После получения рецензии работа с отзывом

руководителя и рецензента за неделю до защиты сдается на выпускающую кафедру. Заведующий кафедрой решает вопрос о допуске студента к защите.

Если работа была представлена позже установленных сроков, она допускается к защите только при наличии уважительных причин, подтвержденных документально.

Содержание слайдов

1 Тема выпускной квалификационной работы , автор -1 слайд.

1 Цели и задачи выпускной квалификационной работы - 1 слайд.

2 Теоретические основы и методика исследования - 1 слайд.

4 Организационно-экономическая характеристика объекта исследования -1 слайд.

5 Анализ по теме исследования - 2 слайда.

6 Направления совершенствования и их эффективность - 2слайда.

Примерные темы выпускных квалификационных работ для студентов направления «Сервис», профиль «Информационный сервис»

1. Анализ и совершенствование системы электронного документооборота организации (на примере…)
2. Анализ и совершенствование информационного обеспечения системы управления персоналом в организации (на примере…)
3. Создание веб-сервиса для организации (на примере…)
4. Инновационные методы организации сервисной деятельности в сфере (туризма, транспортных услуг,…)
5. Анализ и совершенствование качества предоставляемых информационных услуг предприятиями индустрии гостеприимства
6. Анализ и совершенствование обслуживания клиентов студии красоты и здоровья (на примере…)
7. Совершенствование информационных технологий в управлении промышленным предприятием (на примере…)

8. Анализ и совершенствование реализации услуг фитнес – клуба (на примере…)
9. Организация участка сервиса по ремонту вычислительной техники
10. Организация участка сервиса по ремонту печатных и копировальных услуг
11. Проект сервисного центра по ….
12. Создание веб – сервиса для организации (на примере…)
13. Разработка информационной системы управления (на примере…)
14. Организация сервиса ЖКХ (на примере ТСЖ…)
15. Совершенствование образовательного сервиса (на примере…)
16. Инновационные методы организации сервисной деятельности в сфере (медицины, туризма, …)
17. Совершенствование качества сервисных услуг в сфере информационного сервиса
18. Разработка мероприятий по повышению эффективности деятельности сервисного предприятия
19. Современные способы и методы отбора персонала в сфере информационного сервиса
20. Современные технологии распространения рекламы в сфере сервиса
21. PR-технологии в сфере сервиса
22. Разработка event-мероприятий как инструмента PR в сфере сервиса

1. Критерии оценки выпускной квалификационной работы

Оценка «**Отлично**» выставляется выпускнику, если бакалавр продемонстрировал сформированность требуемых компетенций в полном объеме.

При этом выпускная квалификационная работа выполнена в соответствии с целевой установкой, отвечает предъявляемым требованиям и оформлена в соответствии со стандартом, теоретическая и практическая части работы органически взаимосвязаны.

Выступление студента на защите структурировано, раскрыты причины выбора и актуальность темы, цель и задачи работы, основные положения.

В заключительной части доклада студентом показаны перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, освещены вопросы дальнейшего применения и внедрения результатов исследования в практику;

Отзыв руководителя и рецензия на выпускную квалификационную работу не содержат замечаний;

Ответы на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии логичны, раскрывают сущность вопроса, показывают самостоятельность и глубину изучения проблемы студентом.

Оценка «**Хорошо**» выставляется выпускнику, если бакалавр продемонстрировал сформированность требуемых компетенций в полном объеме.

При этом выпускная квалификационная работа выполнена в соответствии с целевой установкой, отвечает предъявляемым требованиям и оформлена в соответствии с требованиями, предъявляемыми к ней.

Выступление на защите выпускной квалификационной работы структурировано, но содержит неточности при раскрытии содержания данной работы, допускается погрешность в логике выведения одного из наиболее значимых выводов, которая устраняется в ходе дополнительных уточняющихся вопросов.

В заключительной части доклада студента недостаточно отражены перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, вопросы дальнейшего применения и внедрения результатов исследования в практику;

Отзыв руководителя на выпускную квалификационную работу не содержат замечаний или имеются незначительные замечания.

В ответах студента на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии допущено нарушение логики, но, в целом,

раскрыта сущность вопроса, которая показывают самостоятельность и глубину изучения проблемы студентом.

Оценка «**Удовлетворительно**» выставляется выпускнику, если бакалавр продемонстрировал в целом сформированность требуемых компетенций.

При этом выпускная квалификационная работа выполнена в соответствии с целевой установкой, но не в полной мере отвечает предъявляемым требованиям, в т.ч. по оформлению в соответствии со стандартом.

Выступление студента на защите выпускной квалификационной работе структурировано, но допускаются неточности при раскрытии проблемы исследования, допущена грубая погрешность в логике выведения одного из наиболее значимых выводов, которая при указании на нее, устраняется с трудом.

В заключительной части доклада студента недостаточно отражены перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, вопросы дальнейшего применения и внедрения результатов исследования в практику.

Отзыв руководителя на выпускную квалификационную работу содержат замечания и перечень недостатков, которые не позволили студенту полностью раскрыть тему.

Ответы студента на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии не раскрывают до конца сущности вопроса, показывают недостаточную самостоятельность и глубину изучения проблемы студентом.

В процессе защиты выпускной квалификационной работы студент продемонстрировал понимание содержания ошибок, допущенных им при ее выполнении.

Оценка «Неудовлетворительно» выставляется выпускнику, если бакалавр продемонстрировал частичную сформированность требуемых компетенций.

При этом выпускная квалификационная работа выполнена с нарушением целевой установки, не отвечает предъявляемым требованиям, в оформлении имеются существенные отступления от стандарта.

Выступление студента на защите не структурировано, недостаточно раскрываются причины выбора и актуальность темы, цели и задачи работы, допускаются грубые погрешности в логике выведения нескольких из наиболее значимых выводов, которые, при указании на них, не устраняются;

В заключительной части доклада студента не отражаются перспективы и задачи дальнейшего исследования данной темы, вопросы дальнейшего применения и внедрения результатов исследования в практику.

Отзыв руководителя на выпускную квалификационную работу содержат аргументированный вывод о несоответствии работы требованиям образовательного стандарта;

Ответы студента на вопросы членов государственной экзаменационной комиссии не раскрывают сущности вопроса, показывают отсутствие самостоятельности и глубины изучения проблемы студентом;

В процессе защиты выпускной квалификационной работы студент демонстрирует непонимание содержания ошибок, допущенных им при ее выполнении.

III. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ И ТРЕБОВАНИЯ К ГОСУДАРСТВЕННОМУ ИТОГОВОМУ ЭКЗАМЕНУ

– Государственный итоговый экзамен по направлению (43.03.01) «Сервис» профиль «Информационный сервис» является одним из заключительных этапов подготовки бакалавров и носит междисциплинарный характер.

Он проводится согласно графику учебного процесса и имеет целью:

– проверить уровень подготовки выпускника к профессиональной деятельности;

– оценить теоретические знания, практические навыки и умения выпускника.

К итоговому государственному экзамену допускаются лица, завершившие полный курс обучения по основной образовательной программе и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом на момент проведения экзамена.

Выпускающая кафедра готовит экзаменационные билеты, включающие теоретический и практический вопросы основных разделов базового цикла учебного плана. Для обеспечения комплексного контроля сформированности требуемых компетенций выпускниками за время обучения в Курганском филиале ОУП ВО «АТиСО» в вопросы государственного итогового экзамена включены вопросы, связанные со следующими дисциплинами базового цикла:

- сервисология;
- сервисная деятельность;
- информатика;
- информационный сервис;
- основы предпринимательской деятельности в сервисе;
- кадровый консалтинг;
- интегрированные маркетинговые коммуникации в сервисе;
- управленческий и административный консалтинг;
- коммуникационный консалтинг
- экономический консалтинг
- консалтинг в отраслях и сферах деятельности.

Подготовка к итоговому междисциплинарному государственному экзамену является самостоятельной работой студента. Для оказания помощи студентам в этой ответственной работе выпускающая кафедра математики и прикладной информатики организует обзорные лекции. Задача обзорных

лекций состоит в систематизации ранее полученных студентами знаний и ознакомлении с новыми научными взглядами и изменениями в профессиональной области.

На государственном итоговом экзамене проверяется глубина знаний в профессиональной области.

2. ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ ИТОГОВОГО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

Государственный экзамен по направлению 43.03.01 – Сервис проводится в устной форме с обязательным составлением письменных ответов на специально подготовленных для этого бланках и включает вопросы по дисциплинам, входящим в настоящую Программу.

Вопросы по дисциплинам формируются, исходя из требований государственного образовательного стандарта по направлению в соответствии с утвержденными рабочими программами. Список вопросов по каждой дисциплине, входящей в государственный экзамен утверждается на заседании кафедры математики и прикладной информатик. Каждый билет содержит по два кейсовых задания, связанных с вопросами основных разделов представленной программы государственного итогового экзамена.

Кейсовое задание подразумевает умение решать комплексную проблему в разрезе изученных дисциплин.

Для проведения итогового междисциплинарного экзамена создается государственная экзаменационная комиссия по приему междисциплинарного экзамена, входящая в состав государственной аттестационной комиссии. Экзаменационная комиссия формируется из преподавателей кафедры математики и прикладной информатики и сторонних специалистов.

При подготовке ответов на вопросы экзаменационного билета выпускники могут пользоваться Программой итогового государственного экзамена по направлению 43.03.01– Сервис.

Для подготовки ответа на билеты студентам предоставляется время (не менее 60 минут). Время для ответа на вопросы билета каждому студенту предоставляется не более 10 минут. После окончания ответа на вопросы билета члены государственной экзаменационной комиссии могут задать студенту вопросы в порядке уточнения отдельных моментов по вопросам, содержащимся в билете. По решению председателя государственной экзаменационной комиссии уточняющие вопросы могут задаваться и сразу после ответа студента по каждому вопросу билета. Если студент затрудняется ответить на уточняющие по билету вопросы, члены комиссии имеют право задавать дополнительные вопросы в рамках программы государственного междисциплинарного экзамена.

Ответы студентов оцениваются каждым членом комиссии, а итоговая оценка по пятибалльной системе выставляется в результате закрытого обсуждения и простого голосования. Если мнения членов комиссии об оценке знаний студента разделяются, то решающим голосом обладает председатель государственной экзаменационной комиссии по приему междисциплинарного экзамена. Результаты государственного итогового экзамена объявляются в день его проведения после оформления протокола заседания государственной аттестационной комиссии.

3. ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ИТОГОВОГО ЭКЗАМЕНА

3.1. Разделы программы

1 Сервисология

1.1 Сервисология как наука и учебная дисциплина.

1.2 Предмет и объект изучения дисциплины сервисология.

1.3 Понятия сервис, сервисная деятельность, сервисное обслуживание, индивидуализация обслуживания.

1.4 Потребитель и исполнитель услуги. Результат услуги.

1.5 Понятие и виды репутации. Репутация сервисного предприятия.

1.6 Модели поведения потребителей на современном рынке товаров и услуг.

1.7 Группы факторов, влияющие на потребительское поведение в сфере сервиса.

1.8 «Черный ящик» в сознании потребителя.

1.9 Поведения потребителя и продавца в зависимости от типа личности: ощущающий тип личности, интуитивный, рассудочный, чувствующий, решающий и воспринимающий.

1.10 Экономические факторы и их влияние на поведение потребителя: эффект цены, эффект присоединения к большинству, эффект сноба, эффект Веблена, эффект Гиффена.

1.11 Типология покупателей в зависимости от самовосприятия: осторожные консерваторы, самоуверенные экспериментаторы.

1.12 Теория воздействия на покупателя в сфере сервиса.

1.13 Теория покупательского решения в сервисной деятельности.

1.14 Ключевые факторы в процессе продаж.

1.15 Установление контакта с клиентами.

2. Сервисная деятельность

2.1Понятия услуга, сервис, сервисная деятельность, сервисное обслуживание, сервисная экономика.

2.2 Принципы и функции сервисной деятельности.

2.3 Комплексная характеристика понятия «сервис».

2.4 Потребитель и исполнитель услуги. Результат и полезный эффект от услуги.

2.5 Общероссийский классификатор услуг населению (ОКУН).

2.6 Сфера услуг. Сфера сервиса.

2.7 Нормативно-правовая база сферы сервиса.

2.8 Виды сервиса: технический, технологический, информационный и

др.

2.9 Категории сервиса. Внешний сервис. Внутренний сервис.

2.10 Понятие основной и дополнительной услуги в сервисе.

2.11 Понятие облуживания. Обслуживание как процесс. Философия обслуживания.

2.12 Виды, формы и методы обслуживания на современном рынке товаров и услуг.

2.13 Понятие и специфика «контактной зоны» в сервисе. Разновидности «контактных зон». Обслуживание потребителя в «контактной зоне». Профессиональные требования к работнику «контактной зоны».

2.14 Классификация современных сервисных предприятий.

2.15 Понятия качество услуги и качество обслуживания.

2.16 Показатели качества сервисных услуг: назначения (применения и совместимости), безопасности и профессионального уровня персонала.

2.17 Виды совместимости. Виды показателей безопасности. МТБ сервисного предприятия. Информативность услуг.

2.18 Законодательное регулирование отношений между производителем и потребителем сервисных услуг.

2.19 Недопустимые нормы поведения работников сервисных организаций.

2.20 Эстетика сервиса.

2.21 Роль потребителя в сервисной деятельности. Недобросовестное отношение к потребителю в различных сферах сервисной деятельности.

3. Информатика

3.1 Понятие информации, данных. Свойства информации. Кодирование данных в ЭВМ.

3.2 Единицы представления, измерения и хранения данных в ЭВМ. Понятие о файловой структуре.

3.3 История создания и развития ЭВМ.

3.4 Архитектура ПК. Состав и назначение основных элементов персонального компьютера, их характеристики.

3.5 Архитектура персонального компьютера

3.6 Программные средства реализации информационных процессов.

3.7 Языки программирования.

Уровни языков программирования. Поколения языков программирования

3.8 Языки программирования.

Машинный код, алгоритм, программа, трансляторы, интерпретатор, компилятор.

3.9 Использование операторов ветвления, операторов цикла.

3.10 Назначение и классификация компьютерных сетей.

3.11 Глобальные сети. Internet. Основные понятия.

Web-сервер, web- узел, провайдер, браузер, гипертекст, гиперссылка, WWW, HTML.

3.12 Локальные вычислительные сети.

3.13 Типовые топологии и объединение локальных вычислительных сетей.

3.14 Режимы передачи данных и типы синхронизации данных.

3.15 Аппаратные средства передачи данных.

3.16 Протоколы компьютерных сетей.

3.17 Internet – технологии.

3.18 Компьютерные вирусы. Методы и средства антивирусной защиты.

3.19 Системы управления базами данных (СУБД).

3.20 Офисное программное обеспечение. Основы работы в СУБД MSAccess

4. Информационный сервис

4.1 Информация и ее свойства. Значение информации для сферы сервиса

4.2 Меры информации, методы расчета.

4.3 Глобальная сеть Интернет и ее роль в современных ИТ. Принципы организации работы сети, структура сети.

4.4 Глобальная сеть Интернет. Сервисы и службы Интернет.

4.5 Адресация в Интернет (структура IP-адреса, система доменных имен DNS).

4.6 Сервисы Интернет.

4.7 Рынок прикладных программ автоматизации туристского офиса.

5. Основы предпринимательской деятельности в сервисе

5.1 Понятие, роль и значение предпринимательской деятельности на современном этапе рыночных отношений.

5.2 Цели и функции предпринимательства. Характерные черты предпринимательства, особенности их проявления в сфере сервиса.

5.3 Экономические, социальные и правовые условия предпринимательской деятельности.

5.4 Виды предпринимательства. Производственное, коммерческое, финансовое и консультационное предпринимательство. Посредническое предпринимательство. Особенности проявления различных видов предпринимательской деятельности в сфере сервиса.

5.5 Нормативно-правовые акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность в РФ.

5.6 Нормативно-правовая база сферы сервиса в РФ.

5.7 Понятие и критерии малого сервисного бизнеса, его роль и значение в экономике страны.

5.8 Меры поддержки малого предпринимательства в сфере сервиса со стороны государства.

5.9 Преимущества и недостатки малого сервисного бизнеса. Особенности менеджмента в малом сервисном бизнесе.

5.10 Менеджер и предприниматель в сфере сервиса. Личные качества предпринимателя сферы сервиса.

5.11 Культура предпринимательства в сфере сервиса. Виды культуры в сфере сервиса.

5.12 Понятие и классификация предпринимательских рисков. Предпринимательские риски в сервисной деятельности.

5.13 Конкуренция и недобросовестная конкуренция в сфере сервиса. Меры воздействия на недобросовестную конкуренцию.

5.14 Конкурентоспособность в сервисной деятельности. Пути повышения конкурентоспособности товаров и услуг на современном сервисном рынке.

5.15 Роль потребителя в предпринимательской деятельности предприятий сферы сервиса.

6. Кадровый консалтинг

6.1 Содержание кадрового консалтинга. Цели и задачи кадрового консалтинга.

6.2 Сущность оптимизации системы управления персоналом.Основные этапы оптимизации системы управления персоналом.

6.3 Сущность оптимизации технологии управления персоналом.

6.4 Методы кадрового консалтинга.

6.5 Эффективность кадрового консалтинга. Критерии оценки эффективности кадрового консалтинга.

6.6 Система оформления результатов кадрового консалтинга.

6.7 Кадровый консалтинг как услуга кадрового агентства.

6.8 Оценка персонала, как услуга кадрового консалтинга.

6.9 Разработка оптимальной организационной структуры предприятий сервиса, как услуга кадрового консалтинга.

6.10 Оформление должностных инструкций согласно стандартам предприятия, как услуга кадрового консалтинга.

6.11 Разработка системы мотивации персонала на предприятии сервиса, как услуга кадрового консалтинга.

6.12 Диагностика потребности в обучении как услуга кадрового консалтинга.

6.13 Консультации предприятий по их запросам.

6.14 Кадровое консультирование как технология управления человеческими ресурсами.

6.15 Основные этапы кадрового консультирования.

6.16 Аутсорсинг.

6.17 Консультирование по подбору персонала.

6.18 Консультирование по мотивации персонала.

7. Интегрированные маркетинговые коммуникации в сервисе

7.1 Понятия маркетинг и маркетинговая деятельность. Простейшая модель маркетинговой системы.

7.2 Базовая и расширенная модели комплекса маркетинга (4P, 5P, 7P, 11P, 12P).

7.3 Концепции маркетинга. Концепция «маркетинг взаимодействия».

7.4 Понятие и сущность коммуникации. Процесс коммуникации и его основные этапы.

7.5 Основные направления коммуникативной политики: межличностные и неличностные коммуникации.

7.6 Классификация инструментов маркетинговых коммуникаций: традиционные, современные и нестандартные. Специфика их проявления в сфере сервиса.

7.7 Современные подходы к маркетингу в различных сферах сервисной деятельности: нейромаркетинг, партизанский и сенсорный маркетинг и др. Специфика event-маркетинга.

7.8 Основные элементы системы интегрированных маркетинговых коммуникаций в сфере сервиса: реклама, стимулирование сбыта, PR, брендинг, личные или персональные продажи, прямой маркетинг.

7.9 Реклама с точки зрения ИМК. Цели и задачи рекламы:

информирование, склонение и напоминание. Функции рекламы: информационная, экономическая (сбытовая), социальная, маркетинговая и коммуникационная.

7.10 Современные технологии распространения рекламы в различных сферах сервисной деятельности.

7.11 PR в системе ИМК. Современные понятия PR. Понятие, сущность, цели и задачи PR в сфере сервиса. Субъект и объект PR. Принципы и функции связей с общественностью. Составляющие PR: выступления, семинары, пресс-конференции.

7.12 Бренд в сфере сервиса. Виды брендов. Составляющие бренда: лояльность, осведомленность, ассоциации.

7.13 Ребрендинг. Рестайлинг. Репозиционирование.

7.14 Виды потребительской лояльности.

7.15 Прямой маркетинг как вид маркетинговой коммуникации, его составляющие. Средства прямого маркетинга: листовки, вкладыши, проспекты, бесплатные газеты.

7.16 Стимулирование потребителей и сбыта в сервисе как массовые личные коммуникации с потребителем.

7.17 Преимущества и недостатки продвижения продаж.

7.18 Личные или персональные продажи: достоинства и недостатки. Продвижение продаж в различных сферах сервисной деятельности.

8. Управленческий и административный консалтинг

8.1 Понятие управленческого консультирования.

8.2. Понятие диагностического консультирования.

8.3. Понятие процессного консультирования.

8.4. Понятие административного консультирования.

8.5 Характерные черты управленческого консультирования. Обеспечение профессионализма управленческого консультирования.

8.6 Роль консультанта в управленческом консультировании. Роль

клиента в управленческом консультировании.

8.7 Деловые услуги и их функции.

8.8 Оформление результатов работы консультанта.

8.9 Стадии и этапы управленческого консультирования.

8.10 Основные типы консалтинговых организаций.

8.11Характеристика управленческого консультирования как деловой услуги.

8.12 Определение экономического эффекта от работы консультанта.

8.13 Разработка оптимальной организационной структуры предприятий сервиса, как услуга управленческого консалтинга.

8.14 Взаимодействие консультанта и клиента при диагностическом, процессном и обучающем консультировании.

9. Коммуникационный консалтинг

9.1 Место и роль коммуникационного консалтинга в системе консультационных услуг.

9.2 Методологические основы формирования концепции коммуникационного консалтинга.

9.3. Модели коммуникационного консалтинга.

9.4 Коммуникационный аудит в структуре диагностического исследования.

9.5 Современные информационные технологии и их роль в системе коммуникационного консалтинга.

9.6 Управление коммуникационным поведением в кризисных ситуациях.

9.7 Методика проведения коммуникационного мониторинга.

9.8 Консалтинг в сфере корпоративных коммуникаций.

9.9 Деловая репутация и имидж как проблема коммуникационного консалтинга.

9.10 Современный рынок консалтинговых услуг в сфере коммуникаций.

9.11 Коммуникационная стратегия и политика организации.

9.12 Разработка коммуникационных проектов и программ.

9.13 Консультант по проблемам коммуникаций как профессия

10. Экономический консалтинг

10.1 Место экономического консалтинга в системе консультационных услуг.

10.2 Методы сбора данных в изучении экономических структур, процессов и отношений.

10.3 Модели экономического консалтинга.

10.4 Экономический консалтинг как инструмент анализа экономической системы и изучения экономических отношений в обществе.

10.4 Система социального прогнозирования и управления экономическими процессами как элемент экономического консалтинга.

10.5 Диагностика экономической ситуации в состоянии экономической напряженности.

10.6 Консультационные услуги как механизм устранения и смягчения трудовых конфликтов.

10.7 Экономический аудит в системе экономической диагностики.

10.8 Использование современных информационных технологий в системе регулирования экономических отношений.

10.9 Управление организационным поведением в кризисных экономических ситуациях.

10.10 Методика проведения мониторинга социально-экономических процессов.

10.11 Экономический мониторинг как механизм управления экономическими системами и процессами.

10.12 Экономический консалтинг в системе прогнозирования экономических процессов.

10.13 Управленческие решения в экономической сфере и экономический консалтинг.

10.14 Планирование экономической деятельности с помощью консалтинговых агентств.

10.15 Выявление соответствующих сегментов экономического рынка и категорий клиентов в целях обеспечения клиентуры консалтинговых агентств.

10.16 Методика оказания консультационных услуг по формированию и поддержанию имиджа экономической структуры и лидера.

10.17 Планирование экономических кампаний и акций в России.

10.18 Исследование способов экономической конкуренции**.**

11. Консалтинг в отраслях и сферах деятельности.

11.1. Административный консалтинг.

11.2. Финансовый консалтинг.

11.3. Производственный консалтинг.

11.4. Кадровый консалтинг.

11.5. Информационный консалтинг.

11.6. Маркетинговый консалтинг.

11.7. Антикризисный консалтинг.

11.8. Консультирование по вопросам создания корпоративной культуры организации.

11.9. Консультирование по вопросам организационных изменений и развития.

4. Общее руководство к решению кейс-заданий

Решение кейсов рекомендуется проводить в 5 этапов:

Первый этап – вдумчиво прочитайте текст, выделите основные понятия, указывающие на соответствующую область знаний.

Второй этап – выделите ключевые цели, сформулируйте задачи и постарайтесь выдвинуть предварительную гипотезу.

Третий этап – определите этапы решения данной проблемы.

Четвертый этап – опишите подробно каждый этап, позволяющий доказать выдвинутую гипотезу.

Пятый этап – проанализируйте последствий принятия того или иного решения.

Пример кейс - задания и его решения.

Ситуация. В компании по разработке сайтов подвели итоги: за год от оформления заявки до оплаты было потеряно 70% клиентов. Как снизить потери?

Условия кейса. В январе 2015 года в компании, занимающейся разработкой сайтов**,** интернет-рекламой и продвижением, решили проанализировать продажи. Надо сказать, что в течении всего 2014 года компания активно работала, едва справляясь с потоком заказов. Однако полученные цифры не порадовали. Всего качественных заявок на разработку сайта пришло 1110 шт. Это примерно 3-5 заявок в рабочий день. Затрат на рекламу нет, холодных продаж (продажа товара без визуального контакта продавца и покупателя) нет, спрос естественный. Соответственно, можно оценить сезонность. Ее практически нет. Примерно 50% клиентов приходит по рекомендации, 20% – через поиск, 20% – по ссылкам из подвалов сайта, 10% – статьи и др. Средний суммарный % потерь клиентов на всех этапах продаж – 70%. Следовательно, 70% усилий менеджера тратится впустую. В кризис это непозволительная роскошь. Как компании снизить процент потери клиентов?

Решение кейса.

1. Рекомендую попробовать убрать капчу (компьютерный тест, используемый для того, чтобы определить, кем является пользователь системы: человеком или компьютером) в форме заказа. Некоторых клиентов может раздражать вопрос: «А ты не робот?», и на этапе заполнения анкеты они уходят к конкурентам без капчи. Кажется, что мелочь, но может негативно влиять на настроение потенциального заказчика и на «лицо фирмы» в целом.

2. Вместо фразы «После получения заявки мы отправим вам анкету, где попросим указать ваши предпочтения по будущему сайту и специфические требования» напишите «После отправки заявки Вы будете через 1-3 секунды автоматически перенаправлены на анкету, заполнение которой займет у вас не более 5 мин». Люди уважают конкретность. Конкретность говорит о компетентности.

3. После отправки заявки на странице, где у Вас пишется, что запрос успешно отправлен и предлагается перейти по ссылке, можно вместо ссылки на анкету разместить саму анкету, указав 1-2 причины, почему клиенту важно ее заполнить прямо сейчас, и повторив, что время заполнения минимально. Плюс сделать всплывающие по запросу окна пояснений к каждому пункту анкеты, можно и шаблонный пример заполнения привести под анкетой.

4. В случае заполнения анкеты в течение 15-30-60 минут с потенциальным заказчиком должен связаться квалифицированный менеджер и начать продавать цену. Цену продал, взял обязательство, начал готовить коммерческое предложение. В случае если анкета (после отправки запроса) не заполнена в течение 10-15-30 минут, звонит неквалифицированный сотрудник и выясняет, что и почему. Помогает заполнить анкету.

5. Составление типового стандартного договора.

Пример кейс-задания.

Ситуация. Организация информационного сопровождения деятельности компании в СМИ.

Условия кейса. Израильская косметика «DeSheli» является инновацией в мире косметологии. В ее основе лежит особая технология производства под названием «интеллигентные кристаллы». Ее основателем принято считать врача Эдуарда Политкина, который стал легендарной личностью не только на территории родной Украины и Израиля, где он

открыл свою клинику «Макор», но и во всем мире, в том числе и в России. Особый интерес у Эдуарда Политкина вызывали разработки в энергоинформационной области, которые позволяют лечить человека до проявления первых признаков болезни. Благодаря президенту компании Даниэлю Полонскому и продукции «DeSheli», эти разработки нашли воплощение не только в медицине, но и в косметологии. На разработку состава этих препаратов лучшими специалистами косметических лабораторий было потрачено более 15 лет. Производством уникальной омолаживающей косметики занимается ведущий израильский завод «Hlavin», который выпускает только качественные проверенные препараты из натуральных ингредиентов. Представитель завода Карни Хлавин периодически приезжает в Россию, посвящая сотрудников компании «DeSheli» в секреты производства косметики, правила ее использования и планы по разработке новых линеек. Косметическая инновация в сочетании с высококвалифицированным производством дает уникальную эффективную косметику, у которой равных нет. В настоящее время компания разрабатывает стратегию выхода на российский рынок.

Задания:

1. Определите основные целевые аудитории воздействия и обоснуйте их выбор.

2. Предложите тематику публикаций о компании и ее продукции для создания благоприятного информационного поля вокруг компании.

3. Разработайте перечень возможных информационных поводов для увеличения упоминаемости компании в СМИ.

4. Подготовьте несколько пресс-релизов по выбранным информационным поводам.

5. Определите круг СМИ, с которыми рекомендуете работать данной компании.

5. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ ВЫПУСКНИКА

Знания студентов, показанные ими на экзамене, оцениваются по следующим критериям:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами и вопросами, причем не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он показывает знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, неправильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.