

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

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Торгового дела и маркетинга


Ю. Ю. Сулова

« 15 » 04 20 18 г.
Торгово-экономический институт

Программа государственной итоговой аттестации

27.04.05 «Инноватика»

27.04.05.02 «Инновационные технологии маркетинга»

Квалификация (степень) выпускника

магистр

Красноярск 2018

Программа государственной итоговой аттестации составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки по направлению подготовки 27.04.05. «Инноватика» (уровень магистратуры), утвержденным Приказом Министерством образования РФ от 30.10.2014 №1415.

Составители:

д-р.эконом.наук, профессор Суслона Ю.Ю.

д-р.эконом.наук, профессор Куимов В.В.

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

канд.экон.наук, доцент Юшкова Л.В.

Программа принята на заседании кафедры Торгового дела и маркетинга
«13» апреля 2018 года, протокол № 8

1. Общая характеристика государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация является комплексной проверкой качества освоения выпускником магистратуры образовательной программы и степени его обладания необходимыми компетенциями. Государственная итоговая аттестация проводится в сроки, предусмотренные учебным планом, утвержденные графиком учебного процесса, расписанием.

1.1 Целью проведения государственной итоговой аттестации (далее ГИА) является определение соответствия уровня результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы высшего образования соответствующим требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки по направлению подготовки 27.04.05. «Инноватика» (уровень магистратуры), утвержденному Приказом Министерством образования РФ от 30.10.2014 №1415.

1.2 Задачи государственной итоговой аттестации:

Основные задачи государственной направлены на формирование и проверку освоения следующих компетенций:

Общекультурные компетенции:

способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3).

Общепрофессиональные компетенции :

готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);

готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);

способность решать профессиональные задачи на основе истории и философии нововведений, математических методов и моделей для управления инновациями, компьютерных технологий в инновационной сфере (ОПК-3).

Профессиональные компетенции:

научно-исследовательская деятельность:

способность применять теории и методы теоретической и прикладной инноватики, систем и стратегий управления, управления качеством инновационных проектов (ПК-6);

способность выбрать (или разработать) технологию осуществления научного эксперимента (исследования), оценить затраты и организовать его осуществление (ПК-7);

способность выполнить анализ результатов научного эксперимента с использованием соответствующих методов и инструментов обработки (ПК-8);

способность представить (опубликовать) результат научного исследования на конференции или в печатном издании, в том числе на иностранном языке (ПК-9);

способность критически анализировать современные проблемы инноватики, ставить задачи и разрабатывать программу исследования, выбирать соответствующие методы решения экспериментальных и теоретических задач, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты (ПК-10);

педагогическая деятельность:

способность руководить практической, лабораторной и научно-исследовательской работой студентов, проводить учебные занятия в соответствующей области (ПК-11);

способность применять, адаптировать, совершенствовать и разрабатывать инновационные образовательные технологии (ПК-12).

1.3. Формы проведения государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация проводится в форме:

государственного экзамена

защиты выпускной квалификационной работы

1.4 Объем государственной итоговой аттестации

Общая трудоемкость государственной итоговой аттестации составляет 9 зачетных единиц (324 часа), которую формируют:

- государственный экзамен - 3 зачетных единицы (ЗЕ);
- защита ВКР - 6 зачетных единиц (ЗЕ).

1.5 Особенности проведения ГИА

ГИА проводится на русском языке. При реализации ГИА ЭО и ДОТ не применяется.

2 Структура и содержание государственной итоговой аттестации

Государственная аттестационная комиссия состоит из государственных экзаменационных комиссий по приему государственного экзамена по направлению подготовки и защите подготовленной выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

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 магистров организуются ежегодно и действуют в течение календарного года в сроки, предусмотренные учебным планом по данному направлению подготовки. График проведения заседаний государственных экзаменационных комиссий составляется за месяц до начала их работы.

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

2.1. Государственный экзамен

Государственный экзамен проводится по нескольким общепрофессиональным дисциплинам и модулям и дисциплинам специализации ОП ВО, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников.

2.1.1 Государственный экзамен проводится в устной форме, по решению ученого совета Университета при утверждении ОП ВО 27.04.05.02 «Инновационные технологии маркетинга» направления 27.04.05 «Инноватика». Государственный экзамен 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. 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;
- комиссия 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 магистру 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.

2.1.2. Содержание государственного (междисциплинарного) экзамена:

Государственный экзамен по программе 27.04.05.02 «Инновационные технологии маркетинга» направления 27.04.05 «Инноватика» носит комплексный характер и охватывает широкий спектр фундаментальных и прикладных вопросов направления подготовки.

Для объективной оценки компетенций выпускника магистратуры тематику экзаменационных вопросов составляют разделы следующих дисциплин учебного плана подготовки магистра:

1. Управление инновациями
2. Коммерциализация инноваций и развитие территорий
3. Маркетинговый анализ рынка инноваций
4. Стратегический маркетинг инновационных проектов сферы услуг
5. Продвижение инноваций на рынках сферы услуг
6. Инновационная инфраструктура и бизнес-среда сферы услуг
7. Конкуренция и бенчмаркинг рынков сферы услуг

Результаты освоения данных дисциплин имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускника и обеспечивают формирование соответствующих компетенций, проверяемых в процессе государственного экзамена (табл.1).

Таблица 1- Формирование профессиональных компетенций, проверяемых в процессе государственного экзамена.

Дисциплина	Перечень компетенций
Б1.Б.8 Управление инновационными процессами	ОК-3; ПК-6
Б1.В.ОД.1 Технологии маркетинга сферы услуг	ПК-7
Б1.В.ОД.2 Стратегический маркетинг инновационных проектов сферы услуг	ПК-6
Б1.В.ОД.3 Коммерциализация инноваций и развитие территорий	ПК-6; ПК-10
Б1.В.ОД.4 Маркетинговый анализ рынка инноваций	ПК-8
Б1.В.ДВ.2.1 Продвижение инноваций на рынках сферы услуг	ПК-10
Б1.В.ДВ.3.1 Инновационная инфраструктура и бизнес-среда сферы услуг	ПК-8; ПК-10
ФТД.1 Конкуренция и бенчмаркинг рынков сферы услуг	ПК-6; ПК-10

Перечень вопросов государственного экзамена

Вопросы к комплексному междисциплинарному экзамену по дисциплине Б1.Б.8 Управление инновационными процессами

1. Современное понимание инновационных процессов и их управления.
2. Инновационные процессы и базовые факторы их развития и управления в экономике кооперационно-сетевое взаимодействия.
3. Современные практики управления инновационными процессами.
4. Современная законодательная база инновационного развития в Российской Федерации.
5. Современная структура поддержки инновационного развития в РФ.
6. Роль и место коммерческих фирм, крупных производственных корпораций в т.ч с государственным участием в развитии и управлении инновационными процессами.

*Вопросы к комплексному междисциплинарному экзамену по дисциплине
Б1.В.ОД.1 Технологии маркетинга сферы услуг*

1. Сущность современного маркетинга. Функции маркетинга предприятия сферы услуг.
2. Структура и основное содержание этапов процесса управления маркетингом предприятия сферы услуг.
3. Факторы маркетинговой среды инновационной деятельности предприятия сферы услуг.
4. Организация маркетинга в системе управления инновационным развитием предприятия
5. Комплекс маркетинга инновационного продукта (услуги)
6. Разработка и внедрение нового товара на рынок.
7. Маркетинговая информационная система в управлении инновационной деятельностью предприятия
8. Система маркетингового контроля инновационной деятельности предприятия.

Вопросы к комплексному междисциплинарному экзамену по дисциплине

Б1.В.ОД.2 Стратегический маркетинг инновационных проектов сферы услуг

1. Сущность и специфика стратегического маркетинга в системе инновационного развития предприятия.
2. Система стратегического маркетинга в структуре управления инновационным развитием предприятия.
3. Стратегические решения по ассортименту и цене продукта инновационных проектов сферы услуг.
4. Стратегии позиционирования инновационного продукта (товара/услуги): сущность, необходимость, средства
5. Стратегическое управление интеграцией сетевых партнеров и покупателей в инновационный процесс.

Вопросы к комплексному междисциплинарному экзамену по дисциплине

Б1.В.ОД.3 Коммерциализация инноваций и развитие территорий

1. Современное законодательство о коммерциализации инноваций и развития территорий в Российской Федерации.
2. Современные направления и формы коммерциализации инноваций.
3. Кооперационно-сетевой подход к коммерциализации инноваций и развитие территории.
4. Коммерциализация инноваций в отраслях экономики регионального уровня и развитие территории.
5. Возможности и полномочия регионов по поддержке коммерциализации инноваций в крупных корпорациях и их тиражированию в бизнес-структуры на территории.

6. Роль и место в коммерциализации инноваций для развития территорий общественно-государственного партнерства.

Вопросы к комплексному междисциплинарному экзамену по дисциплине

Б1.В.ОД.4 Маркетинговый анализ рынка инноваций

1. Детерминанты маркетингового анализа рынка инноваций
2. Программа маркетингового анализа рынка инноваций
3. Маркетинговое моделирование в инновационном бизнес-процессе.
4. Инновационные технологии сбора маркетинговой информации.
5. Методические подходы к исследованию инновационной деятельности предприятия сферы услуг.
6. Методологические положения по оценке эффективности маркетинговых моделей поддержки инноваций.

Вопросы к комплексному междисциплинарному экзамену по дисциплине

Б1.В.ДВ.2.1 Продвижение инноваций на рынках сферы услуг

1. Инновационные подходы в формировании комплекса маркетинговых коммуникаций.
2. Брендинг как нематериальная основа повышения стоимости инноваций.
3. Технологии продвижения инноваций в сфере услуг.

Вопросы к комплексному междисциплинарному экзамену по дисциплине

Б1.В.ДВ.3.1 Инновационная инфраструктура и бизнес-среда сферы услуг

1. Современные теории услуг. Роль и место услуг в новой кооперационно-сетевой экономике на основе цифровизации бизнес-процессов.
2. Виды услуг и их особенности. Современные классификаторы услуг. Классификаторы услуг ВТО, Европейского союза, ЕАЭС.
3. Современные понятия бизнес-среды. Роль и значению бизнес-среды для инновационного развития.
4. Кооперационно-сетевая экономика на основе цифровизации бизнес-процессов и основные факторы развития инновационной инфраструктуры и изменений в бизнес-среде.
5. Современные инфраструктуры и особенности развития бизнес-среды сферы услуг для инновационного развития

Вопросы к комплексному междисциплинарному экзамену по дисциплине ФТД.1

Конкуренция и бенчмаркинг рынков сферы услуг

1. Содержание и задачи бенчмаркинга как метода повышения инновационной компетентности предприятия сферы услуг.
2. Процесс бенчмаркинга в инновационной деятельности предприятия сферы услуг
3. Конкурентные преимущества предприятия в условиях цифровой экономики.
4. Инновационная компетентность экономики в формировании стратегии страновой конкурентоспособности

Содержание вопросов государственного экзамена:

Содержание вопросов к комплексному междисциплинарному экзамену по дисциплине Б1.Б.8 Управление инновационными процессами:

1. Современное понимание инновационных процессов и их управления.

Современные теории инновационного развития. Эволюция теорий инновационного развития. Теории инновационного развития ведущих ученых и лауреатов Нобелевской премии по экономике. Эндогенная и экзогенная теории инновационного развития.

2. Инновационные процессы и базовые факторы их развития и управления в экономике кооперационно-сетевое взаимодействия.

Основные понятия и подходы экономики кооперационно-сетевого взаимодействия. Функционально-средовой метод анализа и проектирования развития кооперационно-сетевых взаимодействий. Базовые факторы экономики кооперационно-сетевых взаимодействий и инновационные процессы. Инновации и инновационные процессы как основа современной экономики.

3. Современные практики управления инновационными процессами.

Современный опыт управления инновационными процессами в отдельных государствах, в Европейском союзе. Программы поддержки инновационных процессов и отдельных направлений экономики инновационного типа. Роль государственных, профессионально-общественных и некоммерческих организаций и ассоциаций

4. Современная законодательная база инновационного развития в Российской Федерации.

Национальные программы, стратегия и проекты инновационного развития. Национальная технологическая инициатива РФ. Стратегия научно-технологического развития РФ. Приоритетные направления развития науки, технологий и техники РФ. Критические технологии РФ. Основные направления технологической модернизации экономики РФ.

5. Современная структура поддержки инновационного развития в РФ.

Федеральные структуры управления инновационными процессами в Российской Федерации, регионе, городе. Роль и место университетов и НИЦ РАН в структуре инновационного развития РФ. Российские агентства поддержки инновационного развития. Региональные структуры инновационного развития, в т.ч в Красноярском крае

5. Роль и место коммерческих фирм, крупных производственных корпораций в т.ч с государственным участием в развитии и управлении инновационными процессами.

Роль инноваций и инновационных процессов для развития и обеспечения конкурентоспособности коммерческих фирм. Анализ опыта отдельных фирм, организаций, общественно-профессиональных, коммерческих и некоммерческих объединений по управлению инновационными процессами. Роль крупных государственных и с государственным участием фирм в развитии инновационных процессов и их транзиту в отрасли экономики.

Содержание вопросов к комплексному междисциплинарному экзамену по дисциплине Б1.В.ОД.1 Технологии маркетинга сферы услуг

1. Сущность современного маркетинга. Функции маркетинга предприятия сферы услуг.

Маркетинг как ключевое звено инновационной деятельности. Современная информационно-технологическая парадигма как основа векторов развития маркетинговой деятельности. Основные категории и понятия маркетинга «потребность», «спрос», «потребитель», «покупатель» «мотив покупки» в отношении рынка инноваций. Цели и задачи маркетинга в проекции форм инновационного процесса. Уровни и масштабы маркетинговой деятельности. Функции маркетинга предприятия сферы услуг, их трансформация в зависимости от стадии и формы инновационного процесса. Маркетинг знаний и технологий. Особенности маркетинга инжиниринговых услуг.

2. Структура и основное содержание этапов процесса управления маркетингом предприятия сферы услуг.

Понятие и структура процесса управления маркетингом. Характеристика этапов процесса управления маркетингом предприятия сферы услуг. Анализ рыночных возможностей, его важность, с точки зрения перспектив деятельности фирмы. Процесс отбора целевых рынков, последовательность и характеристика этапов. Подходы к сегментации рынка с целью поиска инновационных возможностей. Макро- и микросегментация рынка новых товаров. Процесс разработки комплекса маркетинга. Разработка комплекса вспомогательных систем маркетинга, их роль в процессе управления инновационной деятельностью предприятия.

3. Факторы маркетинговой среды инновационной деятельности предприятия сферы услуг.

Внутренняя маркетинговая среда организации, составляющие элементы. Инновационный потенциал организации, условия и факторы развития, задачи и методы его оценки. Внешняя инновационная среда – дальнее (макросреда) и ближнее (микросреда) окружение участника инновационного процесса. Влияние на инновационную деятельность предприятия сферы услуг факторов макросреды: социальной, технологической, экономической и политической сфер. Влияние на инновационную деятельность предприятия сферы услуг факторов микросреды: стратегических зон хозяйствования, бизнес-областей, звеньев административной системы, инновационной инфраструктуры, обслуживающих инновационный процесс.

4. Организация маркетинга в системе управления инновационным развитием предприятия

Формирование инновационной культуры как цель управления инновациями. Элементы инновационной культуры предприятия. Базовые цели управления инновационной деятельностью предприятия. Современные особенности организации инновационной деятельности предприятия. Сетевая структура управления инновациями. Проектная форма организации инновационной деятельности. Матричная структура управления инновационной деятельностью

5. Комплекс маркетинга инновационного продукта (услуги)

Понятие и направления реализации товарной политики, концепция, стратегии и тактики жизненного цикла товара, товары-новинки. Инновационные стратегии товарной политики. Процесс создания нового товара. Специфика разработки услуги. Ценовые решения по новой продукции. Факторы назначения цены и этапы принятия решения по ценам. Проектирование системы сбыта нового продукта (услуги). Политика продвижения нового продукта: цель, задачи, факторы и этапы разработки. Специфика продвижения услуги. Причины неудач внедрения новации на рынок.

6. Разработка и внедрение нового товара на рынок.

Понятие нового товара и товара рыночной новизны. Концепция нового товара. Этапы процесса разработки и внедрения новых товаров: поиск идей о новых товарах, отбор идей; экономический анализ коммерциализации идеи нового товара; разработка товара; испытания товара в рыночных условиях; вывод, внедрение товара на рынок. Методы планирования нового товара. Логико-систематические методы: анкета свойств и характеристик товара; метод вынужденных отношений; морфологический метод. Интуитивно-творческие методы: мозговая атака; синектика Методы определения отношения потребителей к новым товарам: простого рейтинга, парного сравнения, шкальных оценок.

7. Маркетинговая информационная система в управлении инновационной деятельностью предприятия

Роль и содержание функции информационного обеспечения инновационной деятельности предприятия. Взаимосвязь функции информационного обеспечения с этапами и формами инновационного процесса предприятия. Концепция маркетинговой информационной системы инновационного предприятия. Модели маркетинговой информационной системы. Задачи и этапы построения маркетинговой информационной системы предприятия инновационной ориентации.

8. Система маркетингового контроля инновационной деятельности предприятия.

Предмет и значение контроля маркетинга в управлении предприятием. Понятие и стадии контроля инновационной деятельности предприятия. Процедура и организационные аспекты контроля маркетинга. Виды контроля инновационной деятельности предприятия. Задачи, требования и виды контроля результатов инновационной деятельности предприятия. Понятие и сферы маркетингового аудита. Аудит маркетинговой среды. Аудит маркетинговой стратегии. Аудит организации службы маркетинга. Аудит системы маркетинга. Аудит результативности маркетинга. Аудит функциональных составляющих маркетинга. Предмет текущего контроля. Ревизия мероприятий маркетинга.

Вопросы к комплексному междисциплинарному экзамену по дисциплине

Б1.В.ОД.2 Стратегический маркетинг инновационных проектов сферы услуг

1. Сущность и специфика стратегического маркетинга в системе инновационного развития предприятия.

Концепция стратегического маркетинга. Сущность и специфика стратегического маркетинга. Определение понятия «стратегический маркетинг». Влияние стратегического маркетинга на эффективность функционирования систем (объектов). Классификация объектов стратегического маркетинга. Принципы стратегического маркетинга. Функции стратегического маркетинга. Задачи стратегического маркетинга.

6. Система стратегического маркетинга в структуре управления инновационным развитием предприятия.

Общая схема системы стратегического маркетинга. Основные блоки системы стратегического маркетинга в структуре управления инновационным развитием предприятия. Внешняя среда системы стратегического маркетинга инновационного предприятия: макросреда, микросреда, инфраструктура региона, определяющие факторы и показатели. Современные подходы к определению «инновационный проект». Виды и характеристики инновационного проекта. Подсистема научного сопровождения инновационных проектов: сущность основных научных подходов к организации стратегического маркетинга. Целевая, обеспечивающая и управляемая подсистемы стратегического маркетинга в структуре управления инновационным развитием предприятия.

7. Стратегические решения по ассортименту и цене продукта инновационных проектов сферы услуг.

Глобальные цепочки ценности как основа для построения эффективных бизнес-моделей и маркетинговых моделей продвижения инновационных проектов. Деловая экосистема как новая форма организации рынков и инновационной среды. Маркетинговая модель поддержки инновационного проекта клиентоориентированного бизнеса. Стратегии товарного предложения предприятия сферы услуг. Понятие и виды ассортиментных линий. Товарно-ассортиментные стратегии: инновация, вариация, элиминация. Формы осуществления инновации товара/услуги. Особенности ценообразования и ценовой политики в сфере услуг. Факторы, влияющие на принятие решения в области цен и основные методы ценообразования в сфере услуг. Современные ценовые стратегии бизнес-субъектов сферы услуг. Процессы формирования решений в области ассортимента и цены продукта в ходе разработки и реализации инновационных проектов сферы услуг.

8. Стратегии позиционирования инновационного продукта (товара/услуги): сущность, необходимость, средства

Определение понятия «позиционирование инновации». Факторы, определяющие позицию нового товара/услуги. Необходимость позиционирования нового товара/услуги. Средства позиционирования нового товара/услуги. Подходы и методы позиционирования нового товара/услуги: на базе определенных преимуществ товара, путем сравнений, на основе удовлетворения специфических потребностей, с помощью устойчивых представлений и др.

9. Стратегическое управление интеграцией сетевых партнеров и покупателей в инновационный процесс.

Деловая экосистема как новая форма организации рынков и инновационной среды. Маркетинговая модель поддержки инновационного проекта клиентоориентированного бизнеса. Концепция стратегического управления интеграцией сетевых партнеров и покупателей в инновационный процесс. Оценка эффективности маркетинговой модели поддержки инновационного проекта клиентоориентированного бизнеса и окупаемости инвестиций покупателя в инновации на основе расчета EVC.

Вопросы к комплексному междисциплинарному экзамену по дисциплине Б1.В.ОД.3 Коммерциализация инноваций и развитие территорий

1. Современное законодательство о коммерциализации инноваций и развития территорий в Российской Федерации.

Основные законодательные акты по инновационному развитию и коммерциализации инноваций в РФ. Практика стратегического и текущего планирования, бюджетирования и координации по реализации государственных (федеральных и региональных) программ инновационного развития территорий в Российской Федерации.

2. Современные направления и формы коммерциализации инноваций.

Основные государственные (федеральные и региональные) программы и возможности поддержки инновационного развития территорий. Структуры поддержки для коммерциализации инноваций в РФ и отдельных территориях, университетах и научных центрах РАН. Тройная спираль инновационного развития.

3. Кооперационно-сетевой подход к коммерциализации инноваций и развитие территории.

Основные составляющие и ресурсы кооперационно-сетевого взаимодействия по коммерциализации инноваций. Кооперация ресурсов, добровольная связанность на основе единых целей, независимость и интегрированные уровни взаимодействия в т.ч. *развитие* первостепенное *развитие* возрастающих в сетевом взаимодействии ресурсов (информации, знаний, умений, навыков труда и управления, освоения сетевых технологий взаимодействия).

4. Коммерциализация инноваций в отраслях экономики регионального уровня и развитие территории.

Полномочия регионов в отраслях сферы услуг и возможности коммерциализации инноваций для их развития в территориях региона. (Образование. Здравоохранение. Торговля. Социальное обслуживание) Достижение и использование сетевых эффектов взаимодействия и формирование «**благотворного круга Сакса**» с использованием социальных, маркетинговых и технологических сетей

5. Возможности и полномочия регионов по поддержке коммерциализации инноваций в крупных корпорациях и их тиражированию в бизнес-структуры на территории.

Современные практики коммерциализации инноваций в бизнес-структурах и государственных корпорациях (предприятий с государственным участием). Роль и возможности их поддержки регионами. Направления тиражирования

отдельных инноваций из крупных бизнес-структур (коммерческих и с участием государства) в бизнес-структуры регионального уровня управления.

6. Роль и место в коммерциализации инноваций для развития территорий общественно-государственного партнерства.

Современные практики и возможности коммерческих, общественно-государственных, некоммерческих и общественных структур, СМИ, социальных сетей по поддержке коммерциализации инноваций и инновационного развития территорий. Их место и роль. Практика организации согласованных действий по развитию территорий органов местного самоуправления. Мегарайоны региона и возможности инновационных решений по их комплексному развитию в интересах повышения жизненного уровня населения и развития территорий.

Содержание вопросов к комплексному междисциплинарному экзамену по дисциплине Б1.В.ОД.4 Маркетинговый анализ рынка инноваций

1. Детерминанты маркетингового анализа рынка инноваций

Понятие и сущность маркетингового анализа рынка. Изменения в организации маркетингового анализа рынка инноваций в условиях становления информационного общества. Управление знаниями и их роль в структуре маркетингового анализа. Детерминанты маркетингового анализа рынка инноваций: информационные метрики, методики анализа, маркетинговая компетентность предприятия. Маркетинговый анализ рынка как метаресурс предприятия, действующего на принципах радикальных инноваций.

2. Программа маркетингового анализа рынка инноваций

Методологические подходы и процедуры маркетингового анализа рынка инноваций. Особенности методических подходов к анализу рынка инноваций. Процесс маркетингового анализа рынка инноваций. Формирование программы маркетингового анализа рынка инноваций. Процедура составления технического задания на разработку инновационного продукта/услуги. Методика оценки спроса на инновационные продукты. Методика исследования чувствительности рынка к инновациям. Методика оценки инновационной активности на рынках сферы услуг. Анализ рыночной конъюнктуры в обосновании НИОКР.

3. Маркетинговое моделирование в инновационном бизнес-процессе.

Интегрированный маркетинг как закономерный результат эволюции маркетинговой парадигмы и информационных технологий. Методология построения маркетинговых моделей как элемента клиентоориентированной бизнес-модели, сети ценности и деловой эко-системы. Классификация маркетинговых моделей поддержки инновационной активности. Проблемы формирования маркетинговых моделей как интегрированной части бизнес-модели компании. Методология и методика оценки капитала маркетинговых знаний.

4. Инновационные технологии сбора маркетинговой информации.

Цифровые технологии и метрики маркетинговой информации. Большие данные и особенности их применения в качестве технологий сбора маркетинговой информации. Инновационные способы проведения маркетинговых наблюдений

и экспериментов. Нейромаркетинговый анализ поведения потребителей. Методики сопровождаемых покупок, онлайн- форумов, домашних визитов. Анализ социальных медиа. CATI и CAWI в разработках инновационных продуктов. Процедуры тестирования инновационных продуктов. Преимущества интернет-панелей онлайн-опросов. Методики оценки доскроллов в интернет-журналистике. Специализированные радио исследования. Скан-панели и трекинг-исследования.

5. Методические подходы к исследованию инновационной деятельности предприятия сферы услуг.

Структура и содержание исследования инновационной деятельности предприятия сферы услуг. Методические подходы к анализу маркетинговой среды предприятия сферы услуг в контексте проблематики НИОКР. Методика оценки инновационной деятельности предприятия сферы услуг: процессный подход. Система показателей эффективности инновационной деятельности предприятия сферы услуг.

10. Методологические положения по оценке эффективности маркетинговых моделей поддержки инноваций.

Понятие и сущность маркетинговой модели поддержки инноваций. Процедура моделирования поддержки инноваций. Методика оценки эффективности маркетинговых моделей поддержки инноваций. Методика оценки окупаемости инвестиций покупателя в инновации на основе расчета EVC. Концептуальная модель исследования влияния маркетингового потенциала компании на ее способности к стратегической интеграции и результативности инноваций. Интеграция потребителей в процесс развития инноваций как маркетинговая компетенция компании, формирующая маркетинговый потенциал поддержки инноваций.

Вопросы к комплексному междисциплинарному экзамену по дисциплине Б1.В.ДВ.2.1 Продвижение инноваций на рынках сферы услуг

1. Инновационные подходы в формировании комплекса маркетинговых коммуникаций.

Проблематика и становление маркетинга покупательского опыта в формировании комплекса маркетинговых коммуникаций. ATL, BTL и TTL компоненты комплекса маркетинговых коммуникаций. Классификация инновационных подходов формирования комплекса маркетинговых коммуникаций. Инструменты онлайн вовлечения потребителей в процесс разработки инновационного продукта на разных стадиях его жизненного цикла. Краудсорсинговые и краудфандинговые технологии в инновационных проектах.

2. Брендинг как нематериальная основа повышения стоимости инноваций.

Бренд-платформа инновационного продукта: понятие, сущность и подходы к ее определению. Формирование сигнатур бренда инновационного продукта. Особенности маркетингового анализа бренда инновационного продукта. Способы и методики исчислений эффективности брендов с позиции

повышения стоимости инновационного продукта. Рейтинговые оценки брендов инновационных продуктов.

3. Технологии продвижения инноваций в сфере услуг.

Digital-технологии и их роль в системе маркетингового продвижения инноваций. Построение функционально-стоимостной модели продвижения инновационного продукта. Особенности применения инновационных маркетинговых коммуникаций в сфере услуг. Шкалы оценок технологий продвижения инноваций в сфере услуг. Роль системы маркетингового продвижения в коммерциализации инновационного продукта. Система маркетинговой поддержки и продвижения стартапов.

Содержание вопросов к комплексному междисциплинарному экзамену по дисциплине Б1.В.ДВ.3.1 Инновационная инфраструктура и бизнес-среда сферы услуг

1. Современные теории услуг. Роль и место услуг в новой кооперационно-сетевой экономике на основе цифровизации бизнес-процессов.

Понятие услуги в современной экономической теории. Отрасли услуг и их место и значение для современного развития. Основные направления развития отдельных отраслей сферы услуг. Торговля как сфера услуг и основные направления её современного развития

2. Виды услуг и их особенности. Современные классификаторы услуг. Классификаторы услуг ВТО, Европейского союза, ЕАЭС.

Необходимость и особенности классификации услуг. Виды услуг в теориях развития. Современные практики и классификаторы услуг. Классификация услуг в системе ВТО, в Европейском Союзе, в Евразийском экономическом Союзе и в РФ.

3. Современные понятия бизнес-среды. Роль и значению бизнес-среды для инновационного развития.

Определение понятия «бизнес-среда» и её составляющие. Методы анализа и оценки бизнес-среды. Внутренние и внешние факторы бизнес-среды сферы услуг на примере торговли.

4. Кооперационно-сетевая экономика на основе цифровизации бизнес-процессов и основные факторы развития инновационной инфраструктуры и изменений в бизнес-среде.

Развитие возрастающих в сетевом взаимодействии ресурсов (информации, знаний, умений, навыков труда и управления, освоения сетевых технологий взаимодействия).

Переход от функциональной специализации к интеграции трудовых процессов на базе технологических сетей. Роль инновационной инфраструктуры для развития сферы услуг. Возможности и практики использования инновационных инфраструктур и бизнес-сред для развития предприятий, организаций и отраслей сферы услуг.

5. Современные инфраструктуры и особенности развития бизнес-среды сферы услуг для инновационного развития

Инфраструктурные изменения в сфере торговли. Торговые сети как новые форматы кооперационно-сетевых взаимодействия в отрасли. Особенности кооперационно-сетевых взаимодействия малого бизнеса в торговле. Роль и место логистических и оптово-распределительных центров в развитии торговли. Межсетевые кооперационные структуры как инновационные решения в сфере услуг.

*Вопросы к комплексному междисциплинарному экзамену по дисциплине ФТД.1
Конкуренция и бенчмаркинг рынков сферы услуг*

1. Содержание и задачи бенчмаркинга как метода повышения инновационной компетентности предприятия сферы услуг.

Развитие бенчмаркинга как метода оценки конкурентоспособности экономического агента. Применение бенчмаркинга для решения задач оценки конкурентоспособности инноваций. Применение бенчмаркинга для решения задач оценки инновационной компетентности предприятия сферы услуг. Сущность и преимущества бенчмаркинга в применении к проблематике повышения инновационной компетентности предприятия. Задачи и принципы бенчмаркинга. Классификация бенчмаркинга по типам партнеров. Философия кайдзен и цикл Деминга как основа бенчмаркинга.

2. Процесс бенчмаркинга в инновационной деятельности предприятия сферы услуг.

Сбор и анализ бенчмаркинговой информации. Этапы процесса бенчмаркинга. Факторы развития и перспективы применения бенчмаркинга в сфере услуг. Бенчмаркинг и реинжиниринг хозяйственных процессов. Обоснование выбора объектов бенчмаркинга. Организация и процедуры работы бенчмаркинговой команды в инновационных проектах. Бенчмаркинг инновационной компетентности в стратегических альянсах. Бенчмаркинг кооперационно-сетевых взаимодействий. Обоснование выбора партнера по бенчмаркингу для задач разработки инновационного продукта.

3. Конкурентные преимущества предприятия в условиях цифровой экономики.

Понятие и сущность конкурентного преимущества экономического агента. Теория коллективных репутаций в обеспечении конкурентных преимуществ предприятий и рынков сферы услуг. Матрица конкурентных преимуществ и специфика ее применения для инновационного проекта. Технология поиска конкурентных преимуществ в условиях цифровизации экономики. Ресурсный подход к поиску источников конкурентных преимуществ. Информационный подход к поиску источников конкурентных преимуществ.

4. Инновационная компетентность экономики в формировании стратегии страновой конкурентоспособности

Понятие, сущность, подходы к определению страновой конкурентоспособности. Основные концепции исследования страновой конкурентоспособности: индекс глобальной конкурентоспособности ВЭФ, рейтинг глобальной конкурентоспособности IMD, рейтинги Гарвардского университета. Роль инновационной составляющей в повышении глобальной

конкурентоспособности. Методики исчисления инновационной конкурентоспособности страновых экономик. Процесс исследования инновационной конкурентоспособности страновых экономик.

2.1.3 Критерии оценивания ответа магистра на государственном экзамене

Результат подготовки магистра к государственному экзамену определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Соответствующая оценка ответа магистра 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.

Оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания.

При оценке знаний выпускников в ходе государственного экзамена 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.

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

Решения аттестационной комиссии по приему государственного экзамена оформляются протоколом, в котором указываются сведения о дате и времени проведения, членах комиссии, присутствующих на заседании, выпускнике, обстоятельствах проведения государственного экзамена (номер и вопросы билета, общая характеристика ответа выпускника, заданные вопросы, иное), выставленная комиссией оценка, особое мнение членов ГЭК, а также иные сведения, которые комиссия считает необходимым указать в протоколе заседания.

Результаты сдачи государственного экзамена объявляются в день проведения после оформления протокола заседания комиссии. По результатам государственного экзамена обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры проведения государственного экзамена и (или) несогласия с результатами государственного экзамена.

Апелляция подается обучающимся в апелляционную комиссию лично, не позднее следующего дня после объявления результатов государственного экзамена. Для рассмотрения апелляции секретарь государственной экзаменационной комиссии направляет в апелляционную комиссию протокол заседания государственной экзаменационной комиссии, заключение председателя государственной экзаменационной комиссии о соблюдении процедурных вопросов при проведении государственного экзамена, а также письменные ответы обучающегося (при их наличии) (для рассмотрения апелляции по проведению государственного экзамена).

Апелляция рассматривается не позднее 2 рабочих дней со дня подачи апелляции на заседании апелляционной комиссии, на которое приглашаются председатель государственной экзаменационной комиссии и обучающийся подавший апелляцию. Решение апелляционной комиссии доводится до сведения обучающегося, подавшего апелляцию, в течение 3 рабочих дней со дня заседания апелляционной комиссии.

Факт ознакомления обучающегося, подавшего апелляцию, с решением апелляционной комиссии удостоверяется подписью обучающегося. При рассмотрении апелляции о нарушении порядка проведения государственного экзамена апелляционная комиссия принимает одно из следующих решений: об отклонении апелляции, если изложенные в ней сведения о нарушениях процедуры проведения государственного экзамена подтвердились и (или) не повлияли на результат государственного экзамена; об удовлетворении апелляции, если изложенные в ней сведения о допущенных нарушениях процедуры проведения государственного экзамена подтвердились и повлияли на результат государственного экзамена.

В случае удовлетворении апелляции результат государственного экзамена подлежит аннулированию, в связи с чем, протокол о рассмотрении апелляции не позднее следующего рабочего дня передается в государственную

экзаменационную комиссию для реализации решения апелляционной комиссии.

Обучающемуся предоставляется возможность пройти государственный экзамен в сроки, установленные СФУ. При рассмотрении апелляции о несогласии с результатами государственного экзамена апелляционная комиссия принимает одно из следующих решений: об отклонении апелляции и сохранении результата государственного экзамена; об удовлетворении апелляции и выставлении иного результата государственного экзамена. Решение апелляционной комиссии не позднее следующего рабочего дня передается в государственную экзаменационную комиссию.

Решение апелляционной комиссии является основанием для аннулирования ранее выставленного результата государственного экзамена и выставления нового. Решение апелляционной комиссии является окончательным и пересмотру не подлежит. Повторное проведение государственного экзамена осуществляется в присутствии одного из членов апелляционной комиссии не позднее 15 июля. Апелляция на повторное проведение государственного экзамена не принимается.

2.1.4 Рекомендации для подготовки к государственному экзамену:

2.1.4.1 Рекомендуемая литература

Дисциплина «Управление инновационными процессами»

1. «Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года», Распоряжение Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. № 2227-р .
2. Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition Manuel OECD/EC, 2005 (Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. 3-е изд. Совместная публикация ОЭСЗ и Евростата, 2006 г.).
3. Авдейчикова, Е. В. Инновации в торговой деятельности: российский и зарубежный опыт [Текст] / Е. В. Авдейчикова, С. П. Трубицина, В. В. Бургат.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 302 с.
4. Волостнов Б.И., Кузьмицкий А.А., Поляков В.В.. Современная научно-техническая и инновационная политика: структура, приоритеты, характеристики. Журнал Проблемы машиностроения и автоматизации № 7, 2011 г стр. 3- 37.
5. Герасимова Е. А. Стратегические направления инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг : монография / Е. А. Герасимова, А. Н. Чаплина ; [под ред. А. Н. Чаплина] ; [Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т]. – 2013
6. Герасимова Е. А. Стратегические направления инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг : монография / Е. А. Герасимова, А. Н. Чаплина ; [под ред. А. Н. Чаплина] ; [Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т]. – 2013

7. Глобальные тенденции 2030: Обзор. Мегатенденции». <http://eurasian-defence.ru/sites/default/files/DS/Documents/global-trends-2030-rus.pdf>
8. Горфинкель, В. Я. Инновационный менеджмент [Текст] : Учебник / В. Я. Горфинкель, А. И. Базилевич, Л. В. Бобков ; .- Москва : Вузовский учебник : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 380 с.
9. Гришин В. В. Управление инновационной деятельностью в условиях модернизации национальной экономики : учебное пособие / В. В. Гришин. – 2015
10. Грошева, Н.Б. Управление инновационными проектами в регионах: Монография / Н.Б. Грошева // Иркутск: ИрГУПС, 2010. — 193 с.
11. Гуняков, Ю. В. Коммерциология: предчувствие перемен. Инновационные бизнес-модели коммерческой деятельности [Текст] : монография / Ю. В. Гуняков, Д. Ю. Гуняков ; Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т.- Красноярск : СФУ, 2015. - 158 с.
12. Илышева Н. Н. Учет, анализ и стратегическое управление инновационной деятельностью : [монография] / Н. Н. Илышева, С. И. Крылов. – 2014
13. Ильчиков М. З. Проблемы инновационного развития экономики России. Теоретические аспекты : монография / М. З. Ильчиков. – 2015
14. Инновационный менеджмент : учебно-методическое пособие для практических занятий / Сиб. федер. ун-т ; [сост.: З. А. Васильева, П. М. Вчерашний, Д. В. Мизонова]. – 2016
15. Кооперационно-сетевые взаимодействия как ресурс самоорганизации и достижения качественных результатов в экономике: монография/ Куимов В.В., Сулова Ю.Ю., Щербенко Е.В., Лукиных В.Ф., Подопророга В.Г. и др – М.; ИНФРА-М, 2019. –ISBN 978-5-16-015042-0
16. Куимов В.В. Экономика кооперационно-сетевых взаимодействий. Теория. Практика. Возможности/В.В. Куимов.–М.:ИНФРА–М, 2019.–200с. (Научная мысль) ISBN 978-5-16-014815-1 (print); ISBN 978-5-16-107496-0 (online)/
17. Куимов, В. В. Региональные технологические платформы – как инструмент инновационного развития территории [Текст] : монография / В. В. Куимов, Ю. Ю. Сулова.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 320 с. ISBN 978-5-16-011985-4
18. Курячая М. М. Гражданин, общество, государство, инновации: современные механизмы взаимодействия : [монография] / М. М. Курячая ; отв. ред. С. А. Авакьян. – 2017
19. Малый инновационный бизнес [Текст] : Учебник.- Москва : Вузовский учебник : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 264 с.
20. Медынский, В. Г. Инновационный менеджмент [Текст] : Учебник / В. Г. Медынский.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017. - 295 с.
21. Новоселов, С. В. Теоретическая инноватика: научно-инновационная деятельность и управление инновациями : учеб. пособие [текст] / Новоселов С.В., Маюрникова Л.А.- Москва : ГИОРД, 2017

22. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка [Текст] : учебник / В. В. Куимов [и др.] ; под общ. ред. В. В. Куимов.- Москва : ИНФРА-М, 2018. - 537 с. ISBN 978-5-16-012977-8
23. Поляков Н. А. Управление инновационными проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата по экономическим направлениям и специальностям / Н. А. Поляков, О. В. Мотовилов, Н. В. Лукашов. – 2017
24. Проскурин В. К. Анализ и финансирование инновационных проектов : Учебное пособие / В. К. Проскурин ; . – 2014
25. Тебекин, А.В. Инновационный менеджмент [Текст] : учебник для бакалавров по экон. спец. / А. В. Тебекин.- Москва : Юрайт, 2013. - 476 с.
26. Теоретические основы и инструменты управления инновациями : [монография] / С. Г. Емельянов [и др.]. – 2015
27. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент : учебник для студентов вузов по экономическим и техническим специальностям / Р. А. Фатхутдинов. – 2014
28. Фелпс Э. Массовое процветание: как мировые инновации стали источником рабочих мест, новых возможностей и изменений [Текст] /Эдмунд Фелпс; пер.с англ. Д.Крапечкина, науч.ред перевода А. Смирнов.-М.; Из-во Института Гайдара; фонд «Либеральная Миссия»; 2015.-472с.
29. Хайруллина М. В. Управление инновациями : организационно-экономические и маркетинговые аспекты : монография / М. В. Хайруллина, Е. С. Горевая ; Новосиб. гос. техн. ун-т. – 2015
30. Хотяшева О. Организационные формы управления инновационной деятельностью американских компаний / О. Хотяшева // Проблемы теории и практики управления, 1997. — 6. — С. 58-63.
31. Romer P.M. New Goods, Old Theory, and the Welfare Costs of Trade Restrictions, 1994.
32. Romer P.M. Science, Economic Growth and Public Policy, 1996.
33. Romer P.M. Increasing Returns and Long-Run Growth (Возрастающая отдача и экономический рост)// The Journal of Political Economy, October, 1986. — pp.1002-1037.

Дисциплина «Технологии маркетинга сферы услуг»

1. Алексунин, В.А. Маркетинг [Электронный ресурс] : Рекомендовано Министерством образования и науки Российской Федерации в качестве учебника для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования, обучающихся по группе специальностей “Экономика и управление” / Алексунин В.А.- Москва : Дашков и К, 2016
2. Басовский, Л. Е. Маркетинг [Текст] : Учебное пособие / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. - 300 с.
3. Годин, А. М. Маркетинг [Текст] : учебник для вузов по направлениям подготовки "Экономика", "Менеджмент" и "Торговое дело" / А. М. Годин.- Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2016. - 656 с.

4. Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом [Текст] : Учебное пособие / Ю. Н. Егоров.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. - 238 с.
5. Калужский, М. Л. Практический маркетинг [Текст] : учебное пособие / М. Л. Калужский ; Финанс. ун-т при правительстве РФ.- Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2015. - 132 с.
6. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер, К. Л. Келлер.- Москва : Питер, 2015. - 800 с.
7. Маркетинг [Текст] : учебное пособие / О. Г. Алешина [и др.] ; Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т.- Красноярск : СФУ, 2017. - 212 с.
8. Маркетинг [Текст] : учебное пособие / Ю. Ю. Сулова [и др.] ; Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т.- Красноярск : СФУ, 2018. - 377 с.
9. Маркетинг услуг [Текст] : [учеб.-метод. материалы к изучению дисциплины для ...38.03.02.04 Маркетинг] / О.В Рыжкова.- Красноярск : СФУ, 2018
10. Маркетинговые технологии в развитии рынков продовольственных товаров регионов Сибири [Текст] : монография / В. В. Куимов [и др.] ; Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т.- Красноярск : СФУ, 2015. - 265 с.
11. Синяева, И. М. Маркетинг услуг [Текст] / И. М. Синяева.- Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2014. - 252 с.
12. Смирнов, К. А. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика [Текст] : Монография / К. А. Смирнов, Т. Е. Никитина.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017. - 166 с.
13. Соловьев, Б. А. Маркетинг [Текст] : Учебник / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017. - 336 с.

Дисциплина «Стратегический маркетинг инновационных проектов сферы услуг»

1. Герасимова Е. А. Стратегические направления инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг : монография / Е. А. Герасимова, А. Н. Чаплина ; [под ред. А. Н. Чаплина] ; [Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т]. – 2013
2. Илышева Н. Н. Учет, анализ и стратегическое управление инновационной деятельностью : [монография] / Н. Н. Илышева, С. И. Крылов. – 2014
3. Инновации маркетинговых моделей российских компаний в эпоху диджитал трансформации : коллективная монография / под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. О.У. Юлдашевой. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2018. – 277 с. ISBN 978-5-7310-4149-2
4. Инновационный маркетинг : учебно-методическое пособие для студентов вузов по специальности "Маркетинг" / З. А. Васильева, И. В. Филимоненко ; Сиб. федерал. ун-т, Ин-т управления бизнес-процессами и экономики. – 2013
5. Котлер Ф. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей : научное издание / Ф. Котлер. – 2015

6. Ламбен, Жан-Жак Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг [Текст] : учебник / Жан-Жак Ламбен; пер. с англ. В.Б. Колчанова.- Санкт-Петербург : Питер, 2006. - 800 с.
 7. Мамонтов, С. А. Управление маркетинговыми проектами на предприятии [Текст] : Учебное пособие / С. А. Мамонтов, Н. М. Глебова.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. - 174 с.
 8. Проскурин В. К. Анализ и финансирование инновационных проектов : Учебное пособие / В. К. Проскурин ; . – 2014
 9. Рычкова Н. В. Маркетинговые инновации : учебное пособие по специальности "Маркетинг" / Н. В. Рычкова. – 2016
 10. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг [Текст] : Учебник / В. Д. Секерин.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 237 с.
 11. Смирнов, К. А. Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика [Текст] : Монография / К. А. Смирнов, Т. Е. Никитина.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017. - 166 с.
 12. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс] : учебно-методический комплекс [для магистров напр. 38.04.02 «Менеджмент», магистерской программы 38.04.02.16 «Стратегическое управление»] / Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т ; сост.: Ю. Ю. Сулова, Е. В. Щербенко, Л. В. Панкова.- Красноярск : СФУ, 2015
 13. Хайруллина М. В. Управление инновациями : организационно-экономические и маркетинговые аспекты : монография / М. В. Хайруллина, Е. С. Горевая ; Новосиб. гос. техн. ун-т. – 2015
- Дисциплина «Коммерциализация инноваций и развитие территорий»***
1. «Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года», Распоряжение Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. № 2227-р .
 2. Государственная программа Красноярского края «Развитие инвестиционной, инновационной деятельности, малого и среднего предпринимательства на территории края», Постановление Правительство Красноярского края от 30.09.2013 № 505-п, <http://zakon.krskstate.ru/0/doc/16056>
 3. Концепция социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. N 1662-р. [электронный ресурс]. URL: http://economy.gov.ru/minrec/activity/sections/fcp/rasp_2008_n1662_red_08.08.2009
 4. Постановление Правительство Российской федерации от 21 мая 2013 г. № 426 О федеральной целевой программе "Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России на 2014 — 2020 годы"
 5. Стратегия инновационного развития Красноярского края на период до 2020 года «Инновационный край-2020», Указ Губернатора Красноярского края от 24 ноября 2011 года N 218-уг.

6. Авдейчикова, Е. В. Инновации в торговой деятельности: российский и зарубежный опыт [Текст] / Е. В. Авдейчикова, С. П. Трубицина, В. В. Бургат.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 302 с.
7. Богданов Н.О. Куимов В.В. Современные тенденции развития и кооперирования услуг в предпринимательских сетях/ Богданов Н.О. Куимов В.В.-М: ООО «Конверт»- 216 с/ Тираж 500 экз. ISBN 978-5-6042055-4-9
8. Герасимова Е. А. Стратегические направления инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг : монография / Е. А. Герасимова, А. Н. Чаплина ; [под ред. А. Н. Чаплина] ; [Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т]. – 2013
9. Грошева, Н.Б. Определение стейкхолдеров инновационных проектов / Н.Б. Грошева // Современные технологии. Системный анализ. Моделирование. /ИрГУПС. — 2010. — №4 (28) — С. 240 — 244.
10. Грошева, Н.Б. Управление инновационными проектами в регионах: Монография / Н.Б. Грошева // Иркутск: ИрГУПС, 2010. — 193 с.
11. Ильчиков М. З. Проблемы инновационного развития экономики России. Теоретические аспекты : монография / М. З. Ильчиков. – 2015
12. Инновационность как фактор роста экономики сектора услуг: измерение и влияние территориального аспекта : монография / О. Н. Владимирова [и др.]. – 2018
13. Козлов, В. В. Инновационный менеджмент в АПК [Текст] / В. В. Козлов, Е. Ю. Козлова.- Москва : ООО "КУРС" : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. - 384 с.
14. Кооперационно-сетевые взаимодействия как ресурс самоорганизации и достижения качественных результатов в экономике: монография/ Куимов В.В., Сулова Ю.Ю., Щербенко Е.В., Лукиных В.Ф., Подопророга В.Г. и др – М.; ИНФРА-М, 2019. –ISBN 978-5-16-015042-0
15. Куимов В.В. Экономика кооперационно-сетевых взаимодействий. Теория. Практика. Возможности/В.В. Куимов.–М.:ИНФРА–М, 2019.–200с. (Научная мысль) ISBN 978-5-16-014815-1 (print); ISBN 978-5-16-107496-0 (online)/
16. Куимов, В. В. Региональные технологические платформы – как инструмент инновационного развития территории [Текст] : монография / В. В. Куимов, Ю. Ю. Сулова.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 320 с. ISBN 978-5-16-011985-4
17. Курячая М. М. Гражданин, общество, государство, инновации: современные механизмы взаимодействия : [монография] / М. М. Курячая ; отв. ред. С. А. Авакьян. – 2017
18. Нагаева О. С. Управление инвестиционной привлекательностью в целях обеспечения ресурсно-инновационного развития региона : монография / О. С. Нагаева, Г. И. Поподько, С. Л. Улина ; Сиб. федер. ун-т, Ин-т экономики, упр. и природопользования. – 2016
19. Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации, АСИ, <http://asi.ru/regions/rating/>

20. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка [Текст] : учебник / В. В. Куимов [и др.] ; под общ. ред. В. В. Куимов.- Москва : ИНФРА-М, 2018. - 537 с. ISBN 978-5-16-012977-8
21. Повестка развития инновационной инфраструктуры в Российской Федерации/ Авт коллектив А.Е. Шабрин, Е.Б. Кузнецов, В.Н. Княгинин, А.Н. Гусев и др./ Резюме отчета о деятельности Проектного офиса ОАО «РИК» и Минэкономразвития России по развитию объектов инновационной инфраструктуры за период 08.2014-06.2015. Центр стратегического развития, Санкт-Петербург.- 2015 г. 25 с. Ротапринт.
22. Ресурсные регионы России в "новой реальности" : [монография] / Рос. акад. наук, Сиб. отд-ние, Ин-т экономики и организации пром. пр-ва ; Рос. акад. наук, Сиб. отд-ние, Ин-т экономики и организации пром. пр-ва. – 2017
23. Харин, А. А. Управление развитием инновационной деятельности в регионах России [Текст] : Монография / А. А. Харин, И. Л. Коленский, А. В. Рождественский, А. А. Харин мл.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. - 213 с.

Дисциплина «Маркетинговый анализ рынка инноваций»

1. Авдейчикова, Е. В. Инновации в торговой деятельности: российский и зарубежный опыт [Текст] / Е. В. Авдейчикова, С. П. Трубицина, В. В. Бургат.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 302 с.
2. Проскурин В. К. Анализ и финансирование инновационных проектов : Учебное пособие / В. К. Проскурин ; . – 2014
3. Божук, С.Г. Маркетинговые исследования: учебник / Москва ЮРАЙТ, 2017. Сер. 68 Профессиональное образование (2-е изд., испр. и доп) - 280 с.
4. Гуняков, Ю. В. Коммерциология: предчувствие перемен. Инновационные бизнес-модели коммерческой деятельности [Текст] : монография / Ю. В. Гуняков, Д. Ю. Гуняков ; Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т.- Красноярск : СФУ, 2015. - 158 с.
5. Куимов, В. В. Региональные технологические платформы – как инструмент инновационного развития территории [Текст] : монография / В. В. Куимов, Ю. Ю. Сулова.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 320 с.
6. Курячая М. М. Гражданин, общество, государство, инновации: современные механизмы взаимодействия : [монография] / М. М. Курячая ; отв. ред. С. А. Авакьян. – 2017
7. Маркетинговая ориентация российских компаний: теория и практика измерения и оценки: монография / Ширшова О.И., Юлдашева О.У. Санкт-Петербург, 2016. – 164 с.
8. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник / Скоробогатых И.И., Гринева О.О., Ефимова Д.М., Ивашкова Н.И., Кадерова В.А., Мусатова Ж.Б., Невоструев П.Ю., Цветкова А.Б. - Москва, 2017. – 340 с.
9. Маркетинговые технологии в развитии рынков продовольственных товаров регионов Сибири [Текст] : монография / В. В. Куимов [и др.] ; Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т.- Красноярск : СФУ, 2015. - 265 с.

10. Методология оценки эффективности маркетинговой деятельности в интернет-ориентированной среде: е-маркетинговая ориентация компаний: монография / Обухов О.В., Корнилов Г.А. - Екатеринбург - Санкт-Петербург, 2016. – 194 с.

11. Методы исследований в менеджменте: учебник / Головина А.Н., Дьяконова Л.П., Завьялов Д.В., Завьялова Н.Б., Мельников М.С., Сагинов Ю.Л., Сагинова О.В., Семенов А.В., Скоробогатых И.И., Строганов И.А. - Москва, 2018. – 292 с.

12. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка [Текст] : учебник / В. В. Куимов [и др.] ; под общ. ред. В. В. Куимов.- Москва : ИНФРА-М, 2018. - 537 с.

13. Соловьева, Ю.Н. Маркетинг-аналитика: учебное пособие / Соловьева Ю.Н., Юлдашева О.У., Лизовская В.В., Наумов В.Н., Фирсанова О.В. - Санкт-Петербург, 2016. – 126 с.

14. Управление собственным бизнесом: учебник / Рубин Ю.Б. Москва, 2016. Сер. Университетская серия (14-е издание, переработанное и дополненное) – 976 с.

15. Харин, А. А. Управление развитием инновационной деятельности в регионах России [Текст] : Монография / А. А. Харин, И. Л. Коленский, А. В. Рождественский, А. А. Харин мл.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. - 213 с.

16. Экономика маркетинга Юлдашева О.У., Салихова Я.Ю.: учебное пособие / Санкт-Петербург, 2016. – 90 с.

Дисциплина «Продвижение инноваций на рынках сферы услуг»

1. Инновации маркетинговых моделей российских компаний в эпоху диджитал трансформации Фриц В., Натараян Р., Аренков И.А., Асташова Ю.В., Афанасьев В.Б., Байков В.Г., Бушуева Л.И., Григорьева В.Н., Жукова Т.Н., Коваленко А.Е., Конникова О.А., Молчанов Н.Н., Наумов В.Н., Окольнишникова И.Ю., Окольнишников А.Д., Писарева Е.В., Попова Ю.Ф., Ребязина В.А., Руденко М.Н., Рыбакова Ю.В. и др. Коллективная монография / Санкт-Петербург, 2018. -277 с.

2. Котлер Ф. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей : научное издание / Ф. Котлер. – 2015

3. Маркетинговая архитектура и эффективность евразийской экономики Ананьев А.А., Акопова Е.С., Асташова Ю.В., Афоничкин А.И., Афоничкина Е.А., Багиев Г.Л., Бабурин В.А., Беляев Н.А., Березин И.С., Божук С.Г., Божук В.Н., Бондарев А.К., Борисова В.В., Будрин А.Г., Будрина Е.В., Буров В.Ю., Бурова Н.В., Ванюшкина В.В., Веревкин А.К., Воронин М.С. и др. Коллективная монография / Санкт-Петербург, 2017. – 463 с.

4. Маркетинговая ориентация российских компаний: теория и практика измерения и оценки: монография / Ширшова О.И., Юлдашева О.У. Санкт-Петербург, 2016. – 164 с.

5. Методология оценки эффективности маркетинговой деятельности в интернет-ориентированной среде: е-маркетинговая ориентация компаний: монография / Обухов О.В., Корнилов Г.А. - Екатеринбург - Санкт-Петербург, 2016. – 194 с.

6. Музыкант, В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебное пособие. - М.: Научная мысль, 2019 – 216 с.

7. Соловьев, Б.А. Маркетинговые взаимоотношения: учебное пособие / Скоробогатых И.И., Лопатинская И.В., Широченская И.П. - Москва, 2016. – 133 с.
8. Соловьева, Ю.Н. Маркетинг-аналитика: учебное пособие / Соловьева Ю.Н., Юлдашева О.У., Лизовская В.В., Наумов В.Н., Фирсанова О.В. - Санкт-Петербург, 2016. – 126 с.
9. Устойчивый маркетинг: теория и практика устойчивого потребления: учебное пособие Юлдашева О.У., Соловьева Ю.Н., Погребова О.А., Халина Е.В., Ширшова О.И. Санкт-Петербург, 2017. – 113 с.
10. Чеглов, В.П. Инновационный ритейл. Организационное лидерство и эффективные технологии: монография. – М.: Научная мысль, 2019 – 272 с.
11. Эдмондсон Э. Взаимодействие в команде. Как организации учатся, создают инновации и конкурируют в экономике знаний : перевод с английского / Э. Эдмондсон. – 2016

Дисциплина «Инновационная инфраструктура и бизнес среда сферы услуг»

1. «Порядок формирования технологических платформ Российской Федерации», Решение Правительственной комиссии по высоким технологиям и инновациям от 3 августа 2010 г. протокол № 4.
2. «Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года», Распоряжение Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. № 2227-р .
3. Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition Manuel OECD/EC, 2005 (Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. 3-е изд. Совместная публикация ОЭСЗ и Евростата, 2006 г.).
4. Постановление Правительство Российской федерации от 21 мая 2013 г. № 426 О федеральной целевой программе "Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России на 2014 — 2020 годы"
5. Распоряжение Правительства Красноярского края от 09.10.2014 N 773-р <Об утверждении отраслевой программы "Развитие транспорта Красноярского края на 2015 — 2017 годы" : <http://base.garant.ru/29905706/#ixzz3lgGcPxs0>
6. Распоряжение Правительства Красноярского края от 9 октября 2014 г. N 772-Р Об утверждении отраслевой программы "Развитие лесного комплекса Красноярского края на 2015-2017 годы" : <http://base.garant.ru/29905706/#ixzz3lgGcPxs0>
7. Стратегия инновационного развития Красноярского края на период до 2020 года «Инновационный край-2020», Указ Губернатора Красноярского края от 24 ноября 2011 года N 218-уг.
8. Авдейчикова, Е. В. Инновации в торговой деятельности: российский и зарубежный опыт [Текст] / Е. В. Авдейчикова, С. П. Трубицина, В. В. Бургат.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 302 с.
9. Герасимова Е. А. Стратегические направления инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг : монография / Е. А. Герасимова, А. Н. Чаплина ; [под ред. А. Н. Чаплина] ; [Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т]. – 2013

10. Глобальные тенденции 2030: Обзор. Мегатенденции». <http://eurasian-defence.ru/sites/default/files/DS/Documents/global-trends-2030-rus.pdf>
11. Государственная программа Красноярского края «Развитие инвестиционной, инновационной деятельности, малого и среднего предпринимательства на территории края», Постановление Правительство Красноярского края от 30.09.2013 № 505-п, <http://zakon.krskstate.ru/0/doc/16056>
12. Грошева, Н.Б. Определение стейкхолдеров инновационных проектов / Н.Б. Грошева // Современные технологии. Системный анализ. Моделирование. /ИрГУПС. — 2010. — №4 (28) — С. 240 — 244.
13. Грошева, Н.Б. Управление инновационными проектами в регионах: Монография / Н.Б. Грошева // Иркутск: ИрГУПС, 2010. — 193 с.
14. Гуняков, Ю. В. Коммерциология: предчувствие перемен. Инновационные бизнес-модели коммерческой деятельности [Текст] : монография / Ю. В. Гуняков, Д. Ю. Гуняков ; Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т.- Красноярск : СФУ, 2015. - 158 с.
15. Инновационность как фактор роста экономики сектора услуг: измерение и влияние территориального аспекта : монография / О. Н. Владимирова [и др.]. – 2018
16. Концепция социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. N 1662-р. [электронный ресурс]. URL: http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/fcp/rasp_2008_n1662_red_08.08.2009
17. Куимов В.В. Кооперационно-сетевые взаимодействия как ресурс самоорганизации и достижения качественных результатов в экономике: монография/ Куимов В.В., Сулова Ю.Ю., Щербенко Е.В., Лукиных В.Ф., Подопророга В.Г. и др – М.; ИНФРА-М, 2019. –ISBN 978-5-16-015042-0
18. Куимов В.В. Реструктуризация предприятий торговли. Теория. Практика. Результаты: монография/В.В. Куимов, Ю.В. Гуняков, Д.Ю. Гуняков.– Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2016.–204с. ISBN 978-5-7638-3361-4
19. Куимов В.В. Экономика кооперационно-сетевых взаимодействий. Теория. Практика. Возможности/В.В. Куимов.–М.:ИНФРА-М, 2019.–200с. (Научная мысль) ISBN 978-5-16-014815-1 (print); ISBN 978-5-16-107496-0 (online)/
20. Куимов, В. В. Региональные технологические платформы – как инструмент инновационного развития территории [Текст] : монография / В. В. Куимов, Ю. Ю. Сулова.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 320 с. ISBN 978-5-16-011985-4
21. Курячая М. М. Гражданин, общество, государство, инновации: современные механизмы взаимодействия : [монография] / М. М. Курячая ; отв. ред. С. А. Авакьян. – 2017
22. Малый инновационный бизнес [Текст] : Учебник.- Москва : Вузовский учебник : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 264 с.
23. Маркетинговые технологии в развитии рынков продовольственных товаров регионов Сибири: монография/В.В. Куимов, Ю.Ю. Сулова, Е.В. Щербенко,

Л.В. Панкова.–Красноярск: Сиб. Федер. ун-т, 2015.–268с ISBN 978-5-7638-3149-8

24. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка [Текст] : учебник / В. В. Куимов [и др.] ; под общ. ред. В. В. Куимов.- Москва : ИНФРА-М, 2018. - 537 с. ISBN 978-5-16-012977-8

Дисциплина «Конкуренция и бенчмаркинг рынков сферы услуг:

1. Авдейчикова, Е. В. Инновации в торговой деятельности: российский и зарубежный опыт [Текст] / Е. В. Авдейчикова, С. П. Трубицина, В. В. Бургат.- Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 302 с.

2. Архипова, Л.С. Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции: монография / Л.С. Архипова, Г.Ю. Гагарина, А.М. Архипов. - Москва: ИНФРА- М, 2015 -180 с.

3. Брагин, Л.А. Современная торговля: вопросы конкурентоспособности и социальной политики: монография. - М.: Научная мысль, 2019 – 192 с.

4. Герасимова Е. А. Стратегические направления инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг : монография / Е. А. Герасимова, А. Н. Чаплина ; [под ред. А. Н. Чаплина] ; [Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т]. – 2013

5. Гуняков, Ю. В. Коммерциология: предчувствие перемен. Инновационные бизнес-модели коммерческой деятельности [Текст] : монография / Ю. В. Гуняков, Д. Ю. Гуняков ; Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т.- Красноярск : СФУ, 2015. - 158 с.

6. Инновационность как фактор роста экономики сектора услуг: измерение и влияние территориального аспекта : монография / О. Н. Владимирова [и др.]. – 2018

7. Котлер Ф. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей : научное издание / Ф. Котлер. – 2015

8. Курячая М. М. Гражданин, общество, государство, инновации: современные механизмы взаимодействия : [монография] / М. М. Курячая ; отв. ред. С. А. Авакьян. – 2017

9. Малый инновационный бизнес [Текст] : Учебник.- Москва : Вузовский учебник : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 264 с.

10. Эдмондсон Э. Взаимодействие в команде. Как организации учатся, создают инновации и конкурируют в экономике знаний : перевод с английского / Э. Эдмондсон. – 2016

11. Юшкова Л.В. Рынок продовольственных товаров в условиях конкурентных отношений: монография / Л.В. Юшкова. – Москва: Изд-во ООО «Конверт», 2018. – 400 с.

2.1.4.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Для подготовки к государственному экзамену по программе 27.04.05.02 «Инновационные технологии маркетинга» направления 27.04.05 «Инноватика» студенты могут пользоваться следующим программным обеспечением и Интернет-ресурсами.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
2. Официальный сайт Росстата России [Электронный ресурс] // Режим доступа: - <http://www.gks.ru>
3. Официальный сайт Фонда содействия развитию малых форм предпринимательства в НТС [Электронный ресурс] // Режим доступа: - <http://fasie.ru/>
4. Официальный сайт Фонда технологического развития РФ [Электронный ресурс] // Режим доступа: - <http://www.rftr.ru/>
3. Электронный каталог на все виды изданий (база данных СФУ) [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.sfu-kras.ru>.
4. Научная библиотека СФУ (база данных) [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.sfu-kras.ru>.

2.1.4.3 Дополнительные рекомендации

Возможность использования программных продуктов при подготовке к государственному экзамену.

Программное обеспечение: Операционные системы: Microsoft Windows Professional, Microsoft Office Professional, ESET NOD32 Antivirus, Adobe Acrobat

2.2 Выпускная квалификационная работа

ВКР представляет собой выполненную обучающимся (несколькими обучающимися совместно) работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

2.2.1. Выпускная квалификационная работа выполняется в виде магистерской диссертации. Магистерская диссертация – выпускная квалификационная работа исследовательского типа.

Защита ВКР является обязательной составляющей итоговой государственной аттестации выпускников Университета в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования.

Выпускная квалификационная работа должна содержать оценку состояния предмета исследования, анализ конкретной ситуации на объекте исследования, выводы из анализа, предложения по улучшению или совершенствованию и расчет ожидаемого эффекта от внедрения предлагаемых мероприятий.

2.2.2. Перечень тем ВКР по магистерским программам, утверждается директором института на основании решения выпускающей кафедры, предлагается обучающимся не позднее, чем за шесть месяцев до начала ГИА.

Перечень тем магистерских диссертаций по программе 27.04.05.02 «Инновационные технологии маркетинга» направления 27.04.05 «Инноватика»:

1. Анализ факторов формирования и оценки инновационного потенциала организации
2. Проектирование процесса подготовки, реализации и оценки эффективности инновационных проектов

3. Анализ и оценка конкурентоспособности нововведений
4. Методы и технологии тестирования нового товара в рыночных условиях
5. Инновации в формировании и развитии конкурентных преимуществ фирмы
6. Инновации как фактор социально-экономического развития региона
7. Оценка факторов инновационной привлекательности отрасли (региона).
8. Инструменты государственной политики в области инноваций
9. Маркетинг в системе управления инновационным процессом на предприятии
10. Проектирование комплекса маркетинга инновационного продукта (услуги)
11. Проектирование комплекса маркетинговых коммуникаций инновационно-ориентированного предприятия
12. Маркетинговый анализ и оценка инновационного потенциала организации
13. Маркетинговый анализ микро и макросреды инновационной деятельности предприятия
14. Сегментация рынка в исследовании инновационных возможностей предприятия
15. Макро и микро-сегментация рынка новых товаров (технологий, услуг)
16. Маркетинговые исследования (по направлениям) в инновационном процессе предприятия
17. Исследование рынка инноваций в формировании конкурентных преимуществ предприятия.
18. Конкурентные стратегии предприятия на рынке инноваций
19. Факторы конкурентоспособности инновационной фирмы
20. Методы и инструменты изучения скрытых и формирующихся потребностей клиентов предприятия
21. Маркетинговый анализ потребителей инноваций в формировании стратегии развития предприятия
22. Разработка стратегии позиционирования инновационного продукта, услуги
23. Разработка стратегии управления новым товаром, услугой
24. Формирование организационной структуры инновационно-ориентированного предприятия.
25. Корпоративная информационная система в инновационном развитии предприятия
26. Организация маркетинга в системе управления инновационным развитием предприятия
27. Система маркетингового контроля инновационной деятельности предприятия.
28. Маркетинговые индикаторы инновационного потенциала предприятия и их оценка
29. Формирование маркетинговой стратегии инновационного развития предприятия
30. Оценка эффективности инноваций на основе маркетинговых индикаторов развития предприятия
31. Методы и процедуры исследования потребительского восприятия инноваций

32. Социальные и интеллектуальные сети в продвижении инноваций
33. Маркетинговая информационная система в управлении инновационной деятельностью предприятия
34. Анализ и оценка конкурентоспособности нововведений (стартапов)
35. Формирование стратегии и системы продвижения нового товара (технологии)
36. Гармонизация промышленной и торговой политики с учетом инновационной привлекательности.
37. Условия и маркетинговые инструменты создания стартапов.
38. Организационно-экономические механизмы обеспечения инновационного развития отраслей сферы услуг.
39. Исследование жизненного цикла инноваций в формировании конкурентоспособности стартапа
40. Оценка инновационной активности хозяйствующих субъектов в целях обеспечения их устойчивого экономического развития и роста стоимости.
41. Исследование инфраструктуры в инновационно активных экономических системах.
42. Управление интеллектуальной собственностью и методами оценки стоимости интеллектуальной составляющей инновационного продукта.
43. Управление рисками инновационной деятельности на стадиях жизненного цикла инноваций
44. Маркетинговый анализ инновационного проекта
45. Разработка проекта маркетинговых технологий продвижения инноваций
46. Разработка проекта инновационных технологий некоммерческого маркетинга.
47. Конкурентные преимущества предприятия в условиях цифровой экономики.
48. Процесс бенчмаркинга в инновационной деятельности предприятия сферы услуг
49. Технологии брендинга в повышении стоимости инноваций.
50. Оценка эффективности маркетинговых моделей поддержки инноваций
51. Разработка программы маркетингового анализа рынка инноваций
52. Механизмы общественно-государственного партнерства в коммерциализации инноваций.
53. Коммерциализация инноваций в отраслях экономики регионального уровня и развитие территории.
54. Оценка эффективности системы управления инновационным процессом на предприятии.
55. Разработка стратегии управления интеграции сетевых партнеров и покупателей в инновационный процесс
56. Совершенствование ресурсного обеспечения инновационной деятельности предприятия сферы услуг
57. Повышение экономической эффективности инновационной деятельности предприятия сферы услуг
58. Разработка бизнес-плана инновационного проекта

59. Планирование и оптимизация затрат на инновационную деятельность предприятия сферы услуг
60. Совершенствование организации и управления инновационной деятельностью предприятия сферы услуг

Магистранту предоставляется право предложить собственную тему магистерской диссертации при наличии обоснования ее актуальности и целесообразности, либо заявки предприятия, организации, учреждения.

Выбор темы диссертации должен осуществляться на основе результатов анализа состояния и потребностей развития соответствующей отрасли экономической науки, по их письменному заявлению на имя директора института. Магистрант, желающий выполнить магистерскую диссертацию на тему, не предусмотренную примерной тематикой, должен обосновать свой выбор и получить разрешение у руководителя магистерской программы. Кроме этого тема магистерской диссертации может быть сформулирована на основании заказа предприятия на выполнение данных исследований в рамках магистерской диссертации. При этом программа исследования по избранной теме должна содержать элементы обобщения и развития методологии соответствующей сферы - с обоснованием применимости новых концепций и методов в экономике и управлении. Тематика исследований должна предусматривать и решение практических задач с использованием результатов научного исследования, включая разработку математических моделей и рекомендаций по совершенствованию процессов управления. Тема диссертации вместе с обоснованием актуальности и предполагаемой научной новизны готовится диссертантом совместно с его научным руководителем и утверждается приказом по Университету, на основании представления руководителя магистерской программы.

Тексты ВКР, за исключением текстов ВКР, содержащих сведения, составляющие государственную тайну, подлежат размещению в электроннобиблиотечной системе университета, проверке на объем заимствований по программе «Антиплагиат». Проверка ВКР, которую организует заведующий кафедрой или назначенное им лицо, производится на сайте www.antiplagiat.ru. Допустимый процент заимствования текста при проверке в данной системе определяется кафедрой, но не более 30%, т.е. оригинальность текста ВКР должна составлять не менее 70% — по программам магистратуры. По результатам проверки на заимствование составляется справка, которая вкладывается вместе с отзывом руководителя и справкой о внедрении (если таковая имеется) в ВКР.

2.2.3. Порядок выполнения выпускной квалификационной работы. В соответствии с поставленными целями студент в процессе выполнения ВКР должен решить следующие задачи:

- обосновать актуальность выбранной темы, ее ценность и значение для объекта исследования.

- обобщить теоретические положения, нормативно-техническую документацию, статистические материалы, справочную и научную литературу по избранной теме работы.
- собрать необходимый статистический материал для проведения конкретного анализа с использованием соответствующих методов обработки и анализа информации.
- провести комплексный анализ объекта исследования, выявить динамику и тенденции экономического развития объекта исследования с учетом влияния внешней и внутренней среды развития.
- изложить свою точку зрения по дискуссионным вопросам и проблемам развития, относящимся к выбранной теме выпускной квалификационной работы.
- сделать выводы и на основе проведенного анализа предложить рекомендации по повышению эффективности деятельности объекта исследования.
- выполнить расчет экономической эффективности внедрения предлагаемого мероприятия.
- оформить выпускную работу в соответствии с нормативными требованиями и действующим стандартом СФУ.

Для подготовки ВКР каждому за обучающимся приказом ректора закрепляется тема ВКР, научный руководитель и при необходимости, консультант.

Функции научного руководителя магистерской диссертации:

- оказывает студенту помощь в выборе темы исследования и в разработке индивидуального графика работы на весь период выполнения магистерской работы;
- рекомендует студенту необходимую основную и дополнительную литературу, справочные и архивные материалы, другие источники по теме;
- консультирует диссертанта и оказывает ему необходимую методическую помощь в процессе выполнения исследований;
- проверяет выполнение работы и ее частей, представляет письменный отзыв на диссертацию с рекомендацией ее к защите;
- консультирует магистра в процессе подготовки презентации и защиты магистерской диссертации.

Выпускающая кафедра регулярно заслушивает магистрантов и научных руководителей о ходе подготовки и степени готовности магистрантами диссертации, сведения доводятся до руководителя магистерской программы. Магистерская диссертация должна выполняться магистрантами самостоятельно, творчески, с учетом возможностей реализации отдельных частей магистерской диссертации на практике. Каждое принятое решение должно быть тщательно продумано.

Магистерская диссертация оформляется в точном соответствии с существующими правилами (СТО 4.2–07–2014). К защите принимаются только сброшюрованные работы, выполненные с помощью компьютерного набора. Структурно магистерская диссертация в соответствии с ГОСТ 7.32 (раздел 4) состоит из следующих составных структурных элементов:

- титульный лист (прил. 2);
- аннотация;
- содержание с указанием номеров страниц ;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников (прил. 3);
- приложения.

Аннотация. В аннотации необходимо указать проблему исследования (проектную идею), сформулировать исследовательские вопросы (обосновать выбор проектной идеи), представить методологию исследования (работы), а также общие результаты и выводы по проведенному исследованию и проектированию.

Аннотация должна завершаться ключевыми словами работы. Объем аннотации не более 1 страницы.

Содержание - последовательно перечисляются точные заголовки глав, параграфов и приложений, указываются соответствующие номера первых страниц, с **которых начинается их изложение.**

Введение. Обосновывается актуальность выбранной темы - описание проблемы (в описании проблемы должны быть кратко введены ключевые концепции), в теоретических и практических основаниях кратко вводятся объясняющие теории и кратко описывается изученность проблемной области. Формулируется цель магистерской диссертации, и определяются основные задачи, теоретическая и методическая основа написания магистерской диссертации; практическая и научная значимость, положения, выносимые на защиту, апробация работы и личный вклад соискателя, сведения о публикациях по теме диссертации, объект и предмет исследования; объем и структура магистерской диссертации.

Цель магистерской диссертации формулируется как предполагаемый конечный результат, записанный в обобщенном виде на основе гипотезы или научного предположения.

Актуальность выбранной темы исследования может быть обоснована как с теоретической и методической точки зрения, так и практической значимостью проводимых исследований для выбранного объекта исследования. То есть студент должен обосновать важность изучения данного показателя именно в тех аспектах, которые в дальнейшем будут освещены в работе, и определить выбор именно данного показателя в качестве объекта исследования.

Задачи магистерской диссертации должны быть сформулированы в форме перечисления (проанализировать, разработать, обобщить, выявить, доказать, определить, установить, обосновать, спланировать и т.п.), так как описание их решения составляет содержание разделов магистерской диссертации. Задачи магистерской диссертации должны согласовываться со всеми положениями гипотезы, как по количеству, так и по содержанию.

Новизна диссертации и тема органично связаны. При этом должна существовать гипотеза новизны исследования, что обеспечивает выход на круг

вопросов, приводящих к образованию ядра исследования, обладающего существенными признаками новизны, оригинальности. Научная новизна одно из требований к диссертации, которая должна содержать новое решение научной задачи, имеющей значение для исследуемой отрасли знаний, или новые научно обоснованные разработки, обеспечивающие решение важных прикладных задач экономики. Обязательным является указание теоретической и методической основы написания магистерской диссертации.

Теоретической основой исследования, как правило, являются работы отечественных и зарубежных экономистов по изучаемым вопросам и проблемам (указать в алфавитном порядке основных зарубежных и отечественных авторов, труды которых использовались при написании магистерской диссертации); законодательство Российской Федерации и его структур; данные Госкомстата Российской Федерации, в том числе по субъекту Федерации; официальные инструктивно-методические материалы, публикации в периодической печати, тезисы докладов и статьи научно-практических конференций, а также материалы собственных исследований.

Методической основой написания магистерской диссертации является использование следующих методов научного познания: теоретических (формализации, исторического, логического, диалектического принципа изучения процессов и явлений, абстрактно-теоретического метода теории и подобия, теоретико-эмпирического), общелогических (анализа и синтеза; обобщения и аналогии; временного, структурного, трендового, коэффициентного, пространственного экономического анализа, экспертной оценки), эмпирических (сравнения, описания, системного факторного и синергетического анализа, логического моделирования), статистических (группировка и сопоставление, ранжирование и рейтинговая оценка, расчет относительных и средних величин, трендовый и корреляционный анализ, индексного и графического изображения данных), маркетинговых исследований (интервьюирование, анкетирование, наблюдения). Применение каждого из данных методов определяется характером решаемых в процессе исследования задач.

Во введении также необходимо указать объект и предмет исследования. Предмет – это процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию, и избранное для изучения. Объект – это то, что находится в границах исследования.

Сведения о публикациях по теме диссертации, отражают участие автора по теме исследования в различных научно-практических мероприятиях (конференциях, семинарах и т.п.). Во введении также рекомендуется кратко описать структуру и содержание работы. Необходимо обратить внимание на соответствие содержания работы поставленным целям и задачам.

Например, «Магистерская диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка и приложений. Общий объем работы ___ стр. Магистерская диссертация иллюстрирована ___ рисунками; ___ таблицами, ___ приложениями. Список использованных источников включает ___ источников».

Основная часть. В основной части должны быть сформированы теоретические и практические основания работы. Проводится анализ объясняющих теорий и результатов исследований в предметной области, выявляются сильные и слабые места теории, вопросы, которые не были исследованы или остаются дискуссионными.

Основная часть может состоять из 2 или 3 глав по усмотрению автора работы, однако, в любом случае должна содержать: описание и анализ теорий/концепций, с помощью которых может быть рассмотрена и объяснена исследуемая проблема (теоретические основания работы); анализ результатов современных исследований, на основании которого делаются выводы об изученности проблемной области, (практические основания работы); методологию исследования; результаты исследования.

В первой главе магистерской диссертации студент должен раскрыть теоретические аспекты рассматриваемой проблемы исследования. При этом анализируются существующие концепции и подходы к решению рассматриваемой проблемы – включая сведения из российской и зарубежной практики. Особое внимание уделяется используемому практиками и теоретиками понятийному аппарату - с уточнением диссертантом определений важнейших понятий. При написании первой главы с использованием трудов отечественных и зарубежных экономистов, статистических сборников и других материалов в обязательном порядке необходимо делать ссылки на использованные источники литературы. В завершающем параграфе главы обосновывается выбор методологии и методов исследования с оценкой возможности преимуществ и трудностей их использования для решения поставленной проблемы применительно к избранному предмету и целям исследования.

Вторая глава магистерской диссертации посвящена, как правило, исследованию методологических аспектов рассматриваемой проблемы исследования. Результатом второй главы должны быть предложения магистра по совершенствованию, разработка методического инструментария, позволяющие решить проблемы, выявленные в диссертационном исследовании.

Третья глава магистерской диссертации посвящена, как правило, апробации предложенных теоретических и методических новшеств в предыдущих главах работы по совершенствованию механизма хозяйствования в исследуемой области экономической деятельности на конкретном примере, что предполагает проведение расчетов с последующей оценкой их результатов. Проведенные расчеты должны позволить автору подтвердить возможность практического использования предлагаемых методических подходов, изложенных во второй главе диссертации и оценить возможный эффект от реализации предлагаемых мероприятий. Предложения могут заключаться в совершенствовании управленческой, организационной структуры объекта исследования, внедрение новых или совершенствование существующих систем, анализа и оценки показателей деятельности предприятия в

современных условиях и т.п. Все рекомендации должны следовать из результатов исследований, выполненных диссертантом

В конце каждой главы магистерской диссертации должен быть краткий вывод по проведенным исследованиям и переход к следующей главе работы. Выводы должны быть краткими, содержать основные результаты, проделанные в ходе написания раздела.

Заключение. В разделе формулируются ответы на исследовательские вопросы с использованием полученных результатов и выявленных, подтвержденных или опровергнутых закономерностей. Далее в разделе должен быть сделан критический анализ, который позволил бы установить сходства и различия между полученными результатами и предыдущими фундаментальными и прикладными исследованиями. Делаются выводы о сравнительной привлекательности разработанного интеллектуального продукта. Предлагаются меры по его улучшению, планы по внедрению или дальнейшему продвижению. Магистерская диссертация должна быть написана грамотным научным и литературным стилем. Многосложные изложения, повтор теоретико-методологического материала в работе не допускается.

Список использованных источников. Ссылки внутри и в конце текста должны быть сделаны в соответствии с требованиями, предъявляемыми к оформлению документов учебной деятельности в Университете (см. документ «Система менеджмента качества. Общие требования к построению, содержанию, оформлению и изложению стандартов организации», СТО 4.2–01–2018) или ГОСТ Р 7.0.5–2008 г.

В приложения выносятся важные, но громоздкие материалы исследования, расширенные описания и т.п., в т.ч. инструменты проведения исследования, большие таблицы, детальные расчеты. Все приложения должны быть пронумерованы, на каждое приложение должны быть ссылки в основном тексте магистерской диссертации. Приложения необходимо располагать и нумеровать в порядке упоминания ссылок в тексте глав и параграфов.

Порядок допуска и защиты магистерской диссертации. Допуск магистерской диссертации к защите осуществляется в следующем порядке: – законченная диссертация должна быть сдана выпускником научному руководителю для получения отзыва, как правило, не позднее чем за 17 календарных дней до начала защиты; – по представлению руководителя программы и на основании указанных материалов заведующий кафедрой решает вопрос о допуске магистранта к публичной защите, делая об этом соответствующую запись на титульном листе диссертации; – допущенная к защите диссертация, направляется на внешнюю рецензию как правило, не позднее, чем за 12 календарных дней до начала защиты.

На подготовку отзыва и рецензии (ий) отводится пять календарных дней. По согласованию с руководителем и рецензентом (ами), но сроки представления ВКР могут быть изменены с учетом п. 6.3.8 Положения о государственной итоговой аттестации выпускников по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры.

Нарушение сроков представления обучающимся ВКР научному руководителю и (или) рецензенту (там) может служить основанием для отрицательного отзыва научного руководителя и(или) рецензии (ий) по формальному признаку. Обучающимся не позднее, чем за два календарных дня до защиты ВКР секретарю ГЭК представляются: - выпускная квалификационная работа; - отзыв научного руководителя (прил 4); - рецензия (ии) на выпускную квалификационную работу (прил.5). Секретарь ГЭК под роспись обучающегося фиксирует факт предоставления вышеуказанных документов в соответствующем журнале

Рецензирование магистерской диссертации

Для проведения рецензирования магистерская диссертация направляется университетом одному или нескольким рецензентам из числа лиц, не являющихся работниками кафедры, либо факультета (института), либо организации в которой выполнена выпускная квалификационная работа.

В качестве внешних рецензентов могут привлекаться специалисты, работающие на предприятиях, в организациях, научных учреждениях и вузах, профессора и преподаватели других высших учебных заведений. В качестве рецензента может выступать работодатель магистранта. Рецензент проводит анализ магистерской диссертации и представляет в университет письменную рецензию на указанную работу. Если магистерская диссертация имеет междисциплинарный характер, она направляется нескольким рецензентам. В ином случае университет устанавливает число рецензентов.

Во внешней рецензии должны быть отражены следующие вопросы: Магистерская диссертация оценивается руководителем и рецензентом по следующим критериям:

Содержание:

- понятность и определенность формулировки проблемы исследования;
- обоснованность теоретической и практической актуальности;
- релевантность и репрезентативность обзора источников по теме диссертации;
- сформированность теоретических и практических оснований работы;
- адекватность использованной методологии;
- корректность определения основных понятий;
- валидность и надежность методов исследования;
- представленность результатов исследования в полном объеме, оценка их надежности;
- критическая осмысленность исходной постановки цели диссертации;
- осмысленность ограничений работы, возможности практического применения результатов;
- наличие рекомендаций на перспективу исследований.

Форма:

- понятность и соответствие структуры целям и задачам диссертации;
- использование уместного академического языка;
- корректность реферирования;

- релевантность объема материала;
- качество представления данных в виде таблиц и рисунков;
- качество приложений.

Рецензент по своему усмотрению может привести замечания по выполненной работе. В заключении рецензент указывает, удовлетворяет ли выполненная работа требованиям, предъявляемым к магистерской диссертации, а также дает оценку выполненной работе. Подпись рецензента должна сопровождаться указанием его фамилии, имени, отчества (полностью), места работы и занимаемой должности, его подпись должна быть заверена печатью организации, в которой он работает.

Представление к защите магистерской диссертации

Университет обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом и рецензией (рецензиями) не позднее чем за 5 календарных дней до дня защиты магистерской диссертации. Обучающийся должен до защиты подготовить, а на защите - дать ответы на замечания рецензента (рецензентов).

Магистерская диссертация, отзыв и рецензия (рецензии) передаются в государственную экзаменационную комиссию не позднее чем за 2 календарных дня до дня защиты магистерской диссертации.

Тексты магистерских диссертаций, за исключением текстов, содержащих сведения, составляющие государственную тайну, размещаются университетом в электроннобиблиотечной системе университета и проверяются на объем заимствования, в том числе содержательного, выявления неправомерных заимствований устанавливается университетом.

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

Порядок защиты магистерской диссертации

Защита магистерской диссертации включает в себя доклад диссертанта, ответы диссертанта на вопросы членов комиссии, научную дискуссию по проблемам, затронутым в работе, оглашение отзыва научного руководителя и рецензии на работу.

Доклад диссертанта должен отвечать содержанию магистерской диссертации. Продолжительность доклада – до 10 минут. Недопустимо простое перечисление содержания глав с углублением в детали работы.

В докладе должны найти отражение: цель и задачи исследования; актуальность и практическая ценность; основная идея работы и наиболее важные выводы с кратким обоснованием.

При защите используются демонстрационные материалы в форме слайдов, отпечатанных раздаточных материалов. Структура презентации результатов исследования: название работы, ФИО магистранта и руководителя;

цель (и) и/или проблема и задачи исследования; предмет и объект исследования; новизна исследуемых проблем и поставленных задач; краткие выводы по обзору теоретических концепций; обоснование методологии исследования (логика и методы); представление результатов и выводов исследования; разработанные рекомендации; оценка ожидаемого или уже достигнутого экономического эффекта.

После выступления диссертанта зачитывается рецензия на магистерскую диссертацию, и диссертант отвечает на замечания рецензента. Диссертант может соглашаться с замечаниями рецензента или обоснованно их отвергнуть. После ответов на рецензию комиссия ГЭК задает соискателю вопросы, как по содержанию магистерской работы, так и в целом по подготовке магистранта на которые он должен быть готов ответить. Ответы следует давать кратко и мотивированно.

Оценка защиты магистерской диссертации

После ответов на вопросы членов Государственной экзаменационной комиссии оглашается отзыв научного руководителя. По результатам защиты магистерской диссертации государственная аттестационная комиссия выставляет оценку. При оценке диссертации учитываются следующие моменты и качества: объем выполненной работы; самостоятельность исследования; применение в работе новых технологий; полнота литературного обзора и современность использованных источников; возможность применить полученные результаты в научных исследованиях, практической работе или в учебном процессе; грамотность и четкость изложения материалов; качество доклада на защите диссертации (четкость, грамотность, умение пользоваться профессиональными терминами, качество демонстрационного материала и т.д.); правильность и полнота ответов на вопросы, заданные во время защиты, и на замечания рецензента; количество публикаций по работе, выступления магистранта на научных конференциях; участие магистранта в разработке научных тем организации - заказчика, а также выпускающей кафедры.

Результаты защиты диссертации объявляются в день защиты после оформления в установленном порядке протокола заседания государственной экзаменационной комиссии.

По результатам защиты магистерской диссертации государственная экзаменационная комиссия принимает решение о присвоении диссертанту квалификации магистр и о выдаче диплома магистра. В тех случаях, когда защита магистерской диссертации признается неудовлетворительной, государственная экзаменационная комиссия принимает решение о возможности сохранения темы для последующей защиты, либо о выполнении и защите магистерской диссертации по новой теме. Принятое решение заносится в протокол ГЭК.

Студенты, не прошедшие итоговой государственной аттестации, в связи с неявкой по уважительной причине, вправе пройти ее в течение 6 месяцев после завершения государственной итоговой аттестации. Обучающийся должен представить в университет документ, подтверждающий причину его отсутствия.

Обучающие, не прошедшие государственное аттестационное испытание в связи с неявкой по неуважительной причине или связи с получением оценки «неудовлетворительно», отчисляются из университета с выдачей справки об обучении как не выполнившие обязанностей по добросовестному освоению образовательной программы и выполнению учебного плана.

Лицо, не прошедшее государственную итоговую аттестацию, может повторно пройти итоговые аттестационные испытания не ранее чем через год и не позднее чем через пять лет после срока проведения ГИА, которая не пройдена обучающимся.

При повторном прохождении ГИА по желанию обучающегося решением университета ему может быть установлена иная тема магистерской диссертации.

Защищенные магистерские диссертации сдаются на выпускающую кафедру для регистрации и хранения в архиве в течение 5 лет. Работы, отмеченные первыми премиями на всероссийских, республиканских и вузовских конкурсах хранятся постоянно.

Апелляция результатов защиты магистерской диссертации

В случае несогласия с результатами ГИА и (или) по мнению обучающегося нарушений, установленной процедуры проведения государственного аттестационного испытания, обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию (процедура апелляции см. Положение о государственной итоговой аттестации выпускников по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры ПВД ПГИАВ 2018).

2.2.4. Критерии выставления оценок (соответствия уровня подготовки выпускника требованиям стандарта) на основе выполнения и защиты ВКР.

Оценка выпускной квалификационной работы формируется мнениями руководителя, рецензента и итогов научного доклада и ответов магистра 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

— С 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 «магистр».

3. Описание материально-технической базы

Кафедра Торгового дела и маркетинга, осуществляющая реализацию образовательной программы 27.04.05.02 «Инновационные технологии маркетинга» направления 27.04.05 «Инноватика», располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы магистрантов, а также процедур ГИА, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

При использовании электронных изданий университет обеспечивает каждого обучающегося во время самостоятельной подготовки к ГИА рабочим местом в компьютерном классе и/или библиотеке в соответствии с объемом и содержанием НИР, включая выход в Интернет. Так используется компьютерный класс 6-32, оснащенный 14 компьютерами, объединенными в локальную сеть с выходом в Интернет, видеопроекторы, проекционные панели (ПО: Project Expert; Audit Expert, Конси – SWOT Analysis, Marketing Analytic).

Составители:

д-р.эконом.наук, профессор Сулова Ю.Ю. _____

д-р.эконом.наук, профессор Куимов В.В. _____

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

канд.экон.наук, доцент Юшкова Л.В. _____

канд.экон.наук, доцент Волошин А.В. _____

Программа итоговой государственной аттестации утверждена на заседании кафедры Торгового дела и маркетинга пр. № ___ от «__» _____ 2018 г.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Форма заявления на закрепление темы магистерской диссертации

Директору
Торгово-экономического института
Сусловой Ю.Ю.

Об утверждении темы
магистерской диссертации

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу утвердить тему *магистерской диссертации* по направлению

_____ / _____
(код и наименование)

по образовательной программе: _____

_____ / _____
(код и наименование)

Руководитель магистранта _____

(Ф.И.О., ученая степень, ученое звание,

_____ / _____
должность, место работы)

Магистрант _____ / _____

(подпись) (Ф.И.О. полностью)

Руководитель магистранта _____ / _____

(подпись) (Ф.И.О. полностью)

Руководитель магистерской программы _____ / _____

(подпись) (Ф.И.О. полностью)

«___» _____ » 20___ г.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Форма титульного листа магистерской диссертации

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Сибирский федеральный университет»
Торгово-экономический институт

Кафедра торгового дела и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ Сулова Ю.Ю.

подпись

Ф.И.О.

«___» _____ 20__ г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

тема

код и наименование направления

код и наименование магистерской программы

Магистрант

подпись

Ф.И.О.

Руководитель диссертации

подпись

Ф.И.О.

Консультанты:

подпись

Ф.И.О.

Красноярск 20_____

Пример оформления списка использованных источников

Нормативные законодательные акты

Конституция РФ. Гос. флаг РФ. Гос. Герб РФ. Гос. Гимн РФ. – М.: АСТ, Астрель, 2009. – 64 с.

Стандарты и другие нормативные документы

ГОСТ Р 51773-2001. Розничная торговля. Классификация предприятий. - Введ.

01.01.02. – М.: Госстандарт России, 2001. – 16 с.

ГОСТ Р 51773-2009. Услуги торговли. Классификация предприятий торговли. - Введ. 01.01.2011. – М.: Стандартинформ, 2010. – 14 с.

СНиП II-60-75. Планировка и застройка городов, поселков и сельских населенных пунктов [Электронный ресурс]. - Взамен СНиП II-К.2-62; введ. 11.09.75. – Режим доступа : <http://www.vashdom.ru>

Книги одного автора

Степочкина Е.А. Хозяйственная организация и моделирование ее динамики [Электронный ресурс] : монография / Е. А. Степочкина. - Электрон. текстовые дан. (2,40 Мб). - Москва : Директ-Медиа, 2014. - 439 с.

Книги двух авторов

Иванов В. В. Муниципальное управление : справочное пособие / В. В. Иванов,

А. Н. Коробова. - 2-е изд., доп. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 736 с.

Книги трех авторов

Инновационный менеджмент: учебник /С.Д. Ильенкова, Л.М. Гохберг, С.Ю.

Ягудин и др.; под ред. С.Д. Ильенковой. -3-е изд., перераб. и доп. - М.: 2007. — 335 с.

Книги четырех и более авторов

Экономика торгового предприятия. Торговое дело: учебник / под ред. Л.А. Брагина.

- М.: ИНФРА-М, 2010. - 314 с.

Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: учебник для вузов /

под ред. А. Н. Соломатина. - СПб.: Питер, 2009. - 560 с.

Книги под заглавием

Теория и практика коммерческой деятельности : сб. материалов VIII Межрегион.

науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых , 27-28 марта 2007 г.

/Краснояр. гос. торг-экон. ин-т; ред.В.В.Куимов. – Красноярск, 2007. С. 51-54.

Диссертации

Леонтьева В. М. Концептуальные основы структурной политики развития российского предпринимательства: На примере торгового предпринимательства [Текст] : дис. ... доктора экон. наук : 08.00.05 / В. М. Леонтьева. – СПб., 2003. - 392 с.

Цурган Д. А. Разработка методических подходов к определению принципов развития аптечной сети как фактора совершенствования лекарственного обеспечения населения (на примере Воронежской области) [Текст] : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Д. А. Цурган. - Пермь, 2005. - 244с.

Авторефераты диссертаций

Уланов В. А. Особенности организации транснационального бизнеса: мировая практика и опыт стран Северной Европы : автореферат дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14 /В. А. Уланов. - Санкт-Петербург. гос. ун-т. – 2013. – 20 с.

[Лапаева О.Н.](#) Многокритериальная оценка экономического состояния предприятий

и отраслей промышленности и выбор предпочтительных альтернатив [Текст] : автореферат дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 /О. Н. Лапаева. - Нижегород. гос. техн. ун-т им. Р. Е Алексеева. - Нижний Новгород, 2013. - 24 с.

Депонированные научные работы

Разумовский, В. А. Управление маркетинговыми исследованиями в регионе / В. А. Разумовский, Д. А. Андреев. – Москва, 2002. – 210 с. – Деп. в ИНИОН Рос. акад. наук 15.02.02, № 139876.

Отчеты о научно-исследовательской работе

Оценка эффективности автоматизированных информационно-поисковых систем научно-технической информации на стадии проектирования. Разработка методов оценки эффективности автоматизированных информационно-поисковых систем научно-технической информации на стадии проектирования: Отчет о НИР (промежуточ.) / ВНИЦентр: Руководитель И. И. Иванов. — ОЦО2604И5В; № ГР 01821100006; Инв. № Б452743. — М., 1982.

Электронные ресурсы

локального доступа

Экономика предприятия [Электронный ресурс] : электрон. учебник / Т. А. Симунина, Е. Н. Симунин, В. С. Васильцов. - Электрон. дан. - М. : КноРус, 2010. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM)

удаленного доступа

Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]: принята всенародным голосованием 12.12.1993г.; с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008г. №6-ФКЗ, от 30.12.2008г. №7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ.// Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: : <http://www.consultant.ru>.

Гражданский кодекс Российской Федерации. В 4 ч. Ч. 2 [Электронный ресурс] : федер. закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ ред. от 29.06.2015. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

О несостоятельности (банкротстве) [Электронный ресурс]: федер. закон от 26.10.2002 г. № 127-ФЗ ред. от 13.07.2015// Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

Государственная программа Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика» [Электронный ресурс]: Пост. Правительства РФ от 15.04.2015 №316м ред. 04.09.2015 г. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

Статья из журнала

Глисин Ф. Финансовый кризис и инновационная деятельность промышленных предприятий // Инновации, 2009. - № 7 (129) - с. 40-46.

Костенкова В. Г. Основополагающие факторы формирования сети предприятий розничной торговли / В. Г. Костенкова // Вестник Удмуртского университета. - 2008. - № 2-2. - С. 31-38.

Статья из сериального издания

Мельничук В.Н Теоретические аспекты определения сущности механизма формирования потребительской ценности товара / В.Н. Мельничук //Вест. МГОУ Сер.Экономика. – 2013. - № 4. – С.20-27.

Статья из книги

Сарычев В.Г. Основные закономерности роста социально – экономической эффективности торговли / В.Г. Сарычев // Закономерности повышения эффективности торговли: сб. научных трудов (межвузовский) / Ленинградский Ордена Трудового Красного Знамени институт советской торговли им. Ф. Энгельса, Ленинград, 1983.- С.3-14.

Форма отзыва руководителя магистерской диссертации

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Сибирский федеральный университет»
Торгово-экономический институт
Кафедра торгового дела и маркетинга

ОТЗЫВ

на магистерскую диссертацию студента (ки) _____ курса направления подготовки

(код направления, магистерская программа, форма обучения)

/фамилия, имя, отчество/

выполненную на тему: _____

на материалах _____

Актуальность темы: _____

Соответствие содержания работы заявленной теме и плану работы: (необходимость

отметить: полностью соответствует, частично, не соответствует) _____

Полнота раскрытия темы: (необходимость отметить: тема раскрыта полностью, раскрыта в основном, частично, не раскрыта, имеющиеся замечания) _____

Применяемые методы исследования и владение ими _____

Использование в работе элементов исследования (необходимость отметить: имеются, не имеются) _____

Обоснованность выводов и предложений: (все выводы экономически обоснованы и конкретны, ряд предложений экономически обоснован, недостаточно экономически обоснованы и конкретизированы, носят общий характер, не обоснованы экономически)

Практическая значимость и область применения работы: (необходимо отметить: имеется, не имеется) _____

Проявленные профессиональные и личные качества студента (инициатива, исполнительность и т.д.) _____

Исполнительская дисциплина студента: (необходимо отметить: работа выполнена с соблюдением графика, с частичным наблюдением графика, с нарушением графика выполнения работы) _____

Уровень профессиональной подготовки: (необходимо отметить: теоретические знания и практические навыки студента) _____

Применение в работе и владение техническими средствами обработки информации:

(необходимо отметить: владеет в полной мере, средний уровень владения, низкий уровень владения)

Соответствие работы предъявляемым требованиям: (необходимо отметить:

соответствует полностью, соответствует частично, не соответствует) _____

Допуск к защите (необходимо отметить: работа допущена к защите, работа не допущена к защите)

Руководитель диссертации _____

подпись

Ф.И.О.

« ____ » _____ 20 ____ г.

Форма рецензии на магистерскую диссертацию

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Сибирский федеральный университет»
Торгово-экономический институт

Кафедра торгового дела и маркетинга

РЕЦЕНЗИЯ

на магистерскую диссертацию студента (ки) _____ курса направления подготовки

_____ (код направления, магистерская программа, форма обучения)

/фамилия, имя, отчество/

на

тему _____

выполненную

на материалах _____

(предприятие)

Магистерская диссертация состоит из введения, _____ глав, заключения, библиографического списка. Общий объем работы _____ стр. Работа иллюстрирована _____ рисунками, _____ таблицами, _____ приложениями. Библиографический список включает _____ источников. Соответствие магистерской

диссертации

заданию

по объему

(соответствует, не соответствует)

и по содержанию

(соответствует, не соответствует)

Актуальность

темы _____

Основные положения, научная новизна и результаты исследования:

Оценка качества выполнения экономической части:

Окончание приложения 5

Практическая значимость магистерской диссертации, апробация результатов исследования:

Оформление магистерской диссертации

(полное соответствие требованиям, неполное соответствие требованиям)

Недостатки и замечания:

Соответствие магистерской диссертации предъявляемым требованиям:

Магистерская диссертация заслуживает оценки _____, а ее автор заслуживает присвоения квалификации магистра

Рецензент _____
(должность, организация, фамилия, инициалы)

« _____ » _____ 20 _____ г.

Подпись (место печати)

