

Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Донецкий государственный университет»

Учетно-финансовый факультет  
Кафедра коммерции и таможенного дела

УТВЕРЖДАЮ  
проректор

\_\_\_\_\_ П. А. Машаров  
«17» апреля 2025 г.  
МП

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### **ПОДГОТОВКА К ПРОЦЕДУРЕ ЗАЩИТЫ И ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**

Укрупненная группа направлений подготовки	38.00.00 Экономика и управление
Программа высшего образования	Программа магистратуры
Направление подготовки	38.04.06 Торговое дело
Направленность (профиль) образовательной программы	Управление коммерческой деятельностью
Квалификация	Магистр
Форма обучения	Очная, заочная

Рабочая программа может быть адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2025

Рабочая программа государственной итоговой аттестации **«Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы»** для обучающихся по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (Профиль: Управление коммерческой деятельностью) составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от «12» августа 2020 г. № 982 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2025 года.

Разработчик:

доцент кафедры коммерции и таможенного дела, канд. экон. наук

В. В. Колесник

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры коммерции и таможенного дела. Протокол от 11.04.2025 г. № 8а.

Заведующий кафедрой

О. Н. Головинов

СОГЛАСОВАНО:

Декан учетно-финансового факультета  
16.04.2025 г.

Н. В. Алексеенко

Учебно-методическая комиссия учетно-финансового факультета.

Протокол от 15.04.2025 г. № 6

Председатель

А. А. Блажевич

Руководитель основной образовательной программы, д-р экон. наук, проф.  
11.04.2025 г.

О. Н. Головинов

## 1. МЕСТО ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

все дисциплины программы магистратуры.

1.2. Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее.

## 2. ОПИСАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы (далее – ОП)	38.04.06 Торговое дело (Профиль: Управление коммерческой деятельностью)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б.3.Б.1. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы: магистерской диссертации
Часть образовательной программы	Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы: магистерской диссертации
Количество зачетных единиц / всего часов	6 / 216

В случае предъявления от обучающегося или его родителя (законного представителя) заявления на обучение по адаптированной образовательной программе высшего образования, подкрепленного заключением психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) или медико-социальной экспертизы (МСЭ) с рекомендациями создания индивидуальной программы реабилитации и абилитации (ИПРА), данная рабочая программа может быть адаптирована с учетом индивидуальных особенностей здоровья обучающегося.

### 2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	2	4	–	–	–	–	216	Защита магистерской диссертации
Заочная	3	5	–	–	–	–	216	Защита магистерской диссертации

## 3. ЦЕЛИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Выявление уровня теоретической и практической подготовленности выпускника вуза к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям

ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (Профиль: Управление коммерческой деятельностью).

#### 4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

У выпускника, освоившего программу магистратуры, должны быть сформированы следующие компетенции:

<b>Универсальные компетенции (УК):</b>	
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК):</b>	
ОПК-1	Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческих сферах.
ОПК-2	Способен применять инструментальные метод сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координация деятельности торговых структур.
ОПК-3	Способен критически оценивать результаты научных исследования и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения.
ОПК-4	Способен принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности.
ОПК-5	Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач.
<b>Профессиональные компетенции (ПК):</b>	
ПК-1	Способен осуществлять контроль в сфере закупок.
ПК-2	Способен осуществлять экспертизу результатов закупок и приемку контрактов.
ПК-3	Способен осуществлять стратегическое управление ключевыми экономическими показателями и бизнес-процессами.
ПК-4	Способен осуществлять закупки для государственных, муниципальных и корпоративных нужд.

## 5. ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ: ТЕМАТИКА ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ: МАГИСТЕРСКИХ ДИССЕРТАЦИЙ

1. Анализ современных трендов в менеджменте клиентского опыта в розничной торговле.
2. Эффективные стратегии поставок для малых и средних предприятий в условиях глобализации.
3. Управление ценовой стратегией как инструмент конкурентоспособности на рынке товаров.
4. Роль социальных медиа в формировании бренда и повышении продаж.
5. Оценка эффективности программ лояльности на примере крупных торговых сетей.
6. Инструменты цифрового маркетинга для повышения привлекательности интернет-магазинов.
7. Модели управления товарными запасами: оптимизация процессов на базе практических кейсов.
8. Тенденции развития e-commerce в условиях постпандемической реальности.
9. Влияние международной торговой политики на малый бизнес в России.
10. Применение блокчейн-технологий в сфере логистики и управления поставками.
11. Стратегии выхода на новые рынки для российских производителей.
12. Исследование обратной логистики как эффективного инструмента для повышения прибыльности.
13. Управление рисками в коммерческой деятельности: теоретические аспекты и практические рекомендации.
14. Использование контейнерной доставки товаров как способ оптимизации затрат и повышения скорости логистических операций.
15. Мобильные приложения как средство улучшения потребительского опыта в сфере розничной торговли.
16. Влияние культурных различий на стратегии маркетинга в международной торговле.
17. Самоорганизация и управление командой в коммерческом секторе: роль лидерства.
18. Этические практики бизнеса и их влияние на потребительские предпочтения.
19. Психология потребительского поведения: как она влияет на процессы покупки.
20. Разработка бизнес-плана для стартапа в сфере электронной торговли.
21. Оценка влияния сезонности на процесс планирования продаж в розничной торговле.
22. Внедрение crm-систем: на что обратить внимание и как минимизировать риски?
23. Инновации в управлении качеством сервиса в торговых компаниях.
24. Персонализация потребительского опыта как фактор успеха в коммутативной среде.
25. Роль франчайзинга в расширении рынков для малых предприятий.
26. Разработка стратегии выхода на международный рынок для российских брендов.
27. Устойчивое развитие в коммерческой деятельности: интеграция экологических и социальных аспектов.

28. Оценка финансовой устойчивости торговых организаций и ее влияние на инвестиции.
29. Влияние технологий «умного» ритейла на структуру потребительского поведения.
30. Исследование продаж на конкурсной основе: как повысить их эффективность?
31. Технические инновации в торговле: влияние на конкурентные преимущества.
32. Рынок органической продукции: стратегия и перспективы для бизнеса.
33. Применение когнитивных технологий для улучшения клиентского сервиса.
34. Методология оценки эффективности рекламных кампаний в торговле.
35. Создание бренда в условиях высокой конкурентности на рынке услуг.
36. Исследование факторов, влияющих на формирование имиджа предпринимателя.
37. Дистрибуция товаров: выбор и оценка каналов в зависимости от целевой аудитории.
38. Применение нейросетевых технологий для предсказания трендов в потребительском рынке.
39. Влияние цифровизации на изменение бизнес-моделей в торговле.
40. Анализ практики перекрестной продажи и ее влияние на доходность торговых точек.
41. Разработка системы мониторинга цен в условиях рыночной нестабильности.
42. Потребительское поведение в условиях экономической неопределенности: антропологический подход.
43. Стратегия выполнения обязанностей по защите прав потребителей в современных реалиях.
44. Эмпирическое исследование потенциала рынка криптопродуктов и его влияние на традиционную торговлю.
45. Разработка и внедрение инновационной системы управления качеством в сфере торговли.
46. Формирование команды продаж: важность и специфика процесса.
47. Модернизация моделей управления в условиях цифровизации бизнеса.
48. Оценка влияния внешнеэкономической деятельности на прибыльность торговых организаций.
49. Использование аналитики данных для управления коммерческой деятельностью.
50. Принципы формирования эффективного взаимодействия с поставщиками товаров.

## 6. СТРУКТУРА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ: СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

Структурными элементами магистерской диссертации являются: титульный лист, содержание, введение, основная часть (три главы, минимум девять параграфов), заключение, список использованных источников, приложения.

Последовательность и примерный объем основных структурных элементов магистерской диссертации приведен в таблице 1. В зависимости от состава и характера рассматриваемых вопросов общий объем ВКР должен составлять не менее 100 страниц.

Таблица 1

Структурные элементы	Количество страниц
Титульный лист	1
Содержание	1
Введение	3-5
Глава 1	27-30
Глава 2	27-30
Глава 3	27-30
Заключение	4-5
Список использованных источников (не менее 50 наименований)	3-5
Приложения	в соответствии с выбранной темой (согласовывается с руководителем магистерской диссертации)

Титульный лист является первой страницей магистерской диссертации и содержит следующие реквизиты: полное наименование учебного заведения, тему работы, сведения об авторе работы, местонахождение (город) образовательного учреждения, год написания работы. Сдача магистерской диссертации подтверждается собственноручной подписью студента на последней странице работы. Допуск к защите – подписью заведующего кафедрой на лицевой стороне титульного листа. Титульный лист магистерской диссертации выполняется по строго определенной форме (приложение 1).

Содержание выступает обязательным структурным элементом магистерской диссертации, составляется в соответствии с рубрикацией работы и детализируется до глав и параграфов. В каждой главе обязательно наличие трех параграфов. Содержание должно точно соответствовать теме исследования и полностью раскрывать ее.

Введение - важная часть магистерской диссертации, к содержанию которой предъявляются четкие требования.

Введение включает в себя обоснование актуальности выбранной темы, ее изученность в отечественной и зарубежной литературе, цель, задачи, предмет и объект исследования, методы исследования, практическую значимость выполняемого исследования, информационную основу выполнения исследования и краткое содержание глав ВКР.

Актуальность темы исследования определяется значимостью и прикладной направленностью работы в современных условиях осуществления торговой (коммерческой) деятельности. Подтверждению актуальности темы способствует анализ теоретических источников и тенденций становления и развития торговой (коммерческой) деятельности предприятий и организаций различных форм собственности.

Цель магистерской диссертации – решение поставленной проблемы в рамках темы исследования. Формулирование цели базируется на изучении каких-либо процессов (явлений) в торговой (коммерческой) деятельности и разработке направлений и путей их улучшения (совершенствования).

Так, при выполнении ВКР в соответствии с предлагаемой студентам тематикой, цели работы могут быть сформулированы следующим образом:

- раскрыть особенности организации коммерческой деятельности конкретной оптовой (розничной) организации и разработать основные направления (пути) ее улучшения (совершенствования);
- выявить особенности коммерческой деятельности производственного предприятия и сформулировать направления ее развития;

- рассмотреть порядок организации коммерческой работы по оптовым закупкам товаров в конкретной организации (предприятии) и разработать пути совершенствования закупочной работы;
- оценить современное состояние складского хозяйства оптовой торговой организации и сформулировать пути его совершенствования;
- определить роль инновационной деятельности в торговых процессах конкретной оптовой (розничной) организации (предприятия) и разработать направления ее развития;
- оценить состояние и выявить особенности договорной работы в оптовой торговой организации и выработать рекомендации по укреплению договорной дисциплины;
- оценить работу по организации процессов товароснабжения розничного предприятия (организации) и разработать пути их рационализации;
- выявить специфические особенности коммерческой деятельности организаций потребительской кооперации и сформулировать пути ее улучшения.

Задачи ВКР конкретизируют цель и отражают последовательность проведения исследований. Формулировку задач рекомендуется представлять в форме перечисления и начинать со слов: обобщить..., выявить..., проанализировать..., показать..., описать..., установить..., дать..., определить..., найти..., доказать..., выработать..., разработать..., внедрить..., рекомендовать и т.п.

Как правило, в работе ставятся следующие задачи:

- проанализировать теоретические источники по изучаемой проблеме;
- представить систематизированный обзор литературы по теме исследования;
- дать краткую характеристику объекту наблюдения;
- определить место объекта наблюдения на товарном рынке;
- проанализировать конъюнктуру конкретного товарного рынка;
- оценить состояние коммерческой деятельности конкретной организации (предприятия);
- установить характер коммерческих взаимосвязей объекта наблюдения в сфере товарного обращения;
- провести анализ основных экономических показателей эффективности коммерческой деятельности объекта наблюдения;
- обобщить и оценить факторы, влияющие на развитие коммерческой деятельности конкретной организации (предприятия);
- разработать направления совершенствования коммерческой деятельности конкретной организации (предприятия);
- сформулировать пути улучшения коммерческой работы сбыту (закупке) продукции производственного предприятия;
- выработать подходы к повышению экономической эффективности коммерческой деятельности конкретной организации (предприятия).

Объект исследования – область научных изысканий, в которой выявлена и существует исследуемая проблема. Это может быть торговая деятельность, коммерческий процесс или явление, которое студент выбрал для изучения, элемент торговой (коммерческой) деятельности, на который направлен процесс научного познания, изучения, объяснения или преобразования на основе научных методов, применяемых для исследования торговой (коммерческой) деятельности.

В качестве объекта магистерской диссертации в рамках выбранной студентом темы могут выступать:

- организация коммерческой деятельности оптового (розничного) предприятия (организации),
- состояние коммерческой деятельности организации (предприятия) сферы услуг;



- организация хозяйственных связей оптовых (розничных) торговых организаций с поставщиками товаров;
- организация торгово-технологических процессов в оптово-розничных торговых организациях (предприятиях);
- состояние и оценка культуры обслуживания покупателей в розничной торговле;
- рекламная деятельность организации (предприятия) и ее влияние на результаты коммерческой работы;
- состояние товарного рынка и прогноз его развития;
- формирование стратегий развития коммерческой деятельности организации (предприятия) и т.п.

Формулировка объекта исследования должна точно соответствовать заявленной теме и проблеме работы.

Предмет исследования в работе более конкретен и выступает частью объекта исследования. В качестве предмета обозначается все то, что выделяется в объекте для целенаправленного изучения, то, что может находиться в отношении или обладать каким-либо свойством. Это коммерческие связи и зависимости, конкретные свойства и отношения и процессы, которые подлежат непосредственному изучению и обеспечивают повышение результативности и эффективности в решении коммерческих задач.

Предметом исследования в работе могут выступать:

- процессы, выполняемые организацией (предприятием) при осуществлении торговой (коммерческой) деятельности;
- система коммерческих отношений между поставщиками и покупателями в процессе поставки товаров в организацию (предприятие);
- процесс формирования ассортимента и направления его совершенствования;
- мерчандайзинг как часть торгово-технологических процессов в розничных торговых организациях (предприятиях);
- ключевые элементы состояния и основные показатели оценки культуры обслуживания покупателей в розничной торговле;
- влияние рекламных мероприятий, проводимых организацией (предприятием), на эффективность ее коммерческой деятельности;
- взаимосвязи основных элементов товарного рынка, оказывающие влияние на его состояние;
- пути улучшения коммерческой деятельности в розничной торговой (корпоративной) сети;
- мероприятия, обеспечивающие повышение эффективности коммерческой деятельности организации (предприятия) и т.п.

Обязательным элементом введения является описание методов исследования торговой (коммерческой) деятельности, которые служат инструментом, необходимым условием достижения поставленной в работе цели.

Для исследования торговой (коммерческой) деятельности применяют общенаучные и специальные методы познания (исследования).

К общенаучным методам исследования относят:

- метод диалектического материализма (предполагает изучение, исследование категорий (понятий) от простейших к более сложным, базируясь на историческом развитии);
- метод наблюдения;
- метод эксперимента;
- метод сравнения и аналогии и другие.

Специальные методы исследования включают:

- анкетные опросы покупателей;
- экспертные оценки;

- экономико-математические методы факторного анализа (обеспечивающие определение экономической эффективности коммерческой деятельности) и другие.

Цель, задачи, объект, предмет, методы ВКР формулируются студентом совместно с руководителем.

Научная новизна работы может проявляться в нескольких аспектах, таких как исследование новых факторов и тенденций, развитие теоретических концепций, использование уникальных эмпирических данных или внедрение практических рекомендаций. Это включает в себя новаторские методологии, дополнение существующих теорий новыми элементами и оригинальные решения для оптимизации процессов, что в совокупности способствует развитию исследуемой области знаний.

Практическая значимость магистерской диссертации раскрывается в ее направленности на решение практических проблем.

Заключительным элементом введения являются сведения о структуре магистерской диссертации и краткое описание ее составляющих.

В каждой магистерской диссертации должны быть выделены три части – теоретическая (первая глава), аналитическая (практическая) (вторая глава) и рекомендательная (третья глава).

Теоретическая часть (первая глава) работы характеризует уровень теоретической подготовки студента за весь период его обучения. В ней на основе обзора литературы отечественных и зарубежных авторов, нормативно-правовых, научно-методических и статистических материалов рассматривается сущность исследуемой проблемы в торговой (коммерческой) деятельности, анализируются различные подходы к ее решению, и излагается собственная позиция автора.

Содержание теоретической части магистерской диссертации должно базироваться на строгом понятийном аппарате, сформированном в торговой (коммерческой) деятельности, поэтому при изложении материала необходимо давать определения (формулировки) основных понятий, используемых в работе. В тексте, наряду со ссылками на изученные литературные источники, должна быть отражена и обоснована точка зрения автора ВКР на изученную проблему.

Общие рекомендации по содержанию первой главы магистерской диссертации:

– содержание литературного обзора должно точно раскрывать постановку и решение конкретной задачи, сформулированной в теме работы;

– в работах, где узловыми вопросами являются: коммерческая работа по закупкам товаров, особенности коммерческой работы на рынке товаров, ассортиментная политика торговых организаций (предприятий), оценка конкурентоспособности торговых организаций (предприятий) и организаций (предприятий) сферы услуг целесообразно рассмотреть конъюнктуру рынка. Оценка конъюнктуры товарных рынков (рынков услуг) включает анализ состояния таких категорий, как спрос, предложение, взаимосвязи между спросом и предложением, конкуренция в источниках поставок и реализации товаров (услуг);

– работы, в которых объектом исследования выступает оценка эффективности коммерческой деятельности организаций (предприятий) различных форм собственности и направлений деятельности, требуют наличия методик оценки эффективности коммерческой работы и формулирования факторов внешней и внутренней среды, влияющих на конечные результаты деятельности организаций (предприятий). При этом наряду с теоретическим обоснованием экономической эффективности следует выделять основополагающие аспекты социальной эффективности коммерческих процессов;

– в работах, предполагающих исследование конкретных и узких вопросов коммерческой деятельности, таких как: организация деятельности коммерческих служб, совершенствование технологии оптовых продаж, коммерческий риск, информационные технологии в коммерческой деятельности, защита коммерческой тайны, имидж

организации (предприятия), совершенствование материально-технической базы и тому подобных, литературный обзор должен отличаться глубиной исследования и освещением современного состояния указанных вопросов в отечественной и зарубежной литературе. При этом не рекомендуется включение в теоретическую часть общих вопросов организации коммерческой деятельности предприятиями;

– в конце теоретической части обязательно наличие обобщающих выводов о степени разработанности проблемы исследования, ее актуальности, об основных направлениях ее изучения. Кроме того, выводы по первой главе должны содержать обоснование направлений дальнейшего экспериментального практического исследования.

Формулировка обобщающих выводов, обычно начинается оборотом: «таким образом...», «итак...», «обобщая вышеизложенное...» и т.д.

При формулировке выводов следует соблюдать ряд правил.

Во-первых, вывод должен обобщать полученные в отдельных параграфах первой главы конечные, а не промежуточные результаты, *во-вторых*, в выводах не целесообразно приводить положения, которые не важны для изложения последующего материала и не вытекают из цели работы, *в-третьих*, вывод нельзя подменять декларацией о результатах проделанной работы («рассмотрено», «проанализировано», «изучено» и т.д.), *в-четвертых*, выводы должны быть краткими.

Аналитическая (практическая) часть (вторая глава) работы носит аналитический, практико-ориентированный характер.

В данной главе студент, используя различные методы исследования, изучает проблемы и состояние торговой (коммерческой) деятельности на материалах организации (предприятия), выступающей в качестве объекта наблюдения. Количественный и качественный анализ результатов эмпирического исследования является обязательным для данного вида работ.

Глубина анализа, его качество определяются, во-первых, полнотой и достоверностью привлекаемой информацией о проблеме, во-вторых, корректностью и адекватностью избранных методов. Для выполнения этой главы студенту необходимо применить полученные в процессе обучения знания методов исследования коммерческой деятельности, которые помогут ему лучше описать саму проблему и выбрать методы ее анализа.

Порядок проведения исследования и изложения материала во второй главе должен точно соответствовать развернутому плану магистерской диссертации.

Рекомендуемая схема представления материала в аналитической части работы выглядит следующим образом:

1. краткая характеристика объекта исследования;
2. оценка состояния и анализ исследуемой проблемы в торговой (коммерческой) деятельности организации (предприятия);
3. анализ основных экономических показателей эффективности коммерческой деятельности организации (предприятия).

Задача характеристики объекта исследования - создать полное представление об объекте исследования, его месте на местном рынке и организационных изменениях, происходящих в его работе за последние годы. Грамотная характеристика позволит студенту выявить специфические особенности в организации коммерческой деятельности объекта наблюдения в современных условиях его функционирования.

Оценка состояния и анализ исследуемой проблемы в коммерческой деятельности организации (предприятия) проводится в точном соответствии с темой и планом ВКР, при этом можно выделить общие содержательные моменты, характерные для некоторых тем.

Так, при рассмотрении процессов коммерческой деятельности в торговых организациях (предприятиях) необходимо дать ответы на следующие вопросы:

– изучение покупательского спроса и определение потребности в товарах, подлежащих закупке;

- источники информации о поставщиках товаров, критерии их выбора и анализ поставщиков по таким показателям, как: структура поставщиков по объему поставок, динамика поставок (по годам либо другим периодам), структура поставщиков по территориальному признаку и признаку специализации, структура поставщиков по принадлежности к системе. Результаты анализа поставщиков целесообразно представлять в табличной или графической форме;

- организация договорной работы с поставщиками (виды договоров, порядок их заключения, критическая оценка и контроль за выполнением договорных обязательств);

- особенности формирования ассортимента товаров в организации (предприятии) и факторы, влияющие на его формирование;

- оценка фактического состояния ассортимента товаров в организации (предприятии), проводится по таким показателям: структура ассортимента по объему продажи товаров, как в целом по предприятию, так и в разрезе структурных подразделений и видов товаров, коэффициенты полноты, устойчивости, обновления ассортимента. Результаты оценки целесообразно представлять в виде табличного или графического материала;

- категории товарных запасов в соответствии с их классификацией (в качестве признаков классификации товарных запасов выступают: по назначению, по срокам, по показателям, по величине) и оценка состояния товарных запасов по таким показателям, как уровень товарных запасов в днях, товарооборота в днях и числе оборотов;

- методы продажи товаров в организации (предприятии), их характеристика и условия применения;

- ценовые и неценовые средства стимулирования продажи товаров в организации (предприятии), эффективность их применения;

- оценка уровня культуры и качества торгового обслуживания покупателей в магазине (проводится по показателям, характеризующим: качественное состояние розничной торговой сети, дополнительное обслуживание покупателей, полноту и устойчивость ассортимента товаров, развитие оборота розничной торговли и завершенность покупок).

Изучение организации коммерческой деятельности производственного предприятия предполагает проведение работ в направлениях, раскрывающих ее сущность:

- организационная структура коммерческой службы предприятия (должна быть представлена схематично с выделением факторов, влияющих на ее формирование);

- изучение рынка материальных ресурсов, включает анализ таких показателей, как: количественная оценка предложения конкретного вида сырья или материалов, ассортимент предложения сырья и материалов, поставщики сырья и материалов, уровень цен на сырье и материалы. Изучение рынка базируется на применении прямых и косвенных методов исследования ситуации на рынке;

- определение потребности в материальных ресурсах, при этом необходимо классифицировать материальные ресурсы по направлению расхода, а именно – потребность в ресурсах на производство продукции, на ремонтно-эксплуатационные нужды, на образование производственных запасов;

- определение экономически целесообразной партии закупок материальных ресурсов, обеспечивающей минимальные годовые затраты на организацию закупки и поставку материальных ресурсов;

- выбор потенциальных поставщиков сырья и материалов, для чего могут быть использованы различные методики выбора, основными из которых являются рейтинговый метод, балльный и оценочные методы;

- формирование условий поставки материальных ресурсов, заключение договоров на их поставку и контроль выполнения договорных обязательств;

- планирование ассортимента новой продукции и определение рациональной структуры выпускаемой продукции на основе расчет такого показателя, как точка безубыточности предприятия;
- планирование сбыта готовой продукции на известном и свободном рынках и разработка портфеля заказов предприятия;
- анализ основных покупателей готовой продукции и организация хозяйственных связей с ними. При анализе определяется структура покупателей по территориальному признаку и объему поставок готовой продукции;
- организация оперативно-сбытовой работы, включающей в себя организацию отгрузки продукции покупателям, ее документальное оформление и контроль за выполнением заказов покупателей и платежеспособностью клиентов;
- расчет показателей результативности сбытовой деятельности производственного предприятия (объем реализованной продукции, количество заключенных с покупателями договоров и процент их выполнения, коэффициент оборачиваемости запасов готовой продукции).

Исследование организации коммерческой деятельности на рынке услуг проводится в отношении следующих элементов:

- состояние рынка услуг;
- оценка ассортимента услуг, может быть проведена по таким показателям, как структура ассортимента услуг по объему их оказания клиентам, структура ассортимента по видам услуг (основные, сопутствующие и дополнительные);
- порядок оказания услуг клиентам и организация договорной работы с ними, при рассмотрении которой необходимо дать характеристику видов заключаемых договоров согласно действующему законодательству, выделить специфические особенности, определить эффективность выполнения договорных обязательств и дать критическую оценку заключенным договорам с точки зрения их коммерческой грамотности;
- анализ основных клиентов в разрезе объема реализации услуг и из направленности (на конечное потребление и производственное использование),
- качество оказания услуг и культура обслуживания клиентов.

Неотъемлемым и одним из основополагающих вопросов исследования коммерческой деятельности в аналитической части магистерской диссертации (во второй главе), выступает анализ основных экономических показателей эффективности коммерческой деятельности организации (предприятия).

Данный анализ является логическим завершением изучения фактического состояния коммерческой деятельности объекта исследования, и включает в себя расчет основных экономических показателей эффективности деятельности и обоснование полученных результатов. При этом следует учитывать, что система экономических показателей эффективности коммерческой деятельности будет отличаться в зависимости оттого, что выступает в качестве объекта наблюдения: торговые организации (предприятия), производственные предприятия или организации по оказанию услуг. Результаты расчета показателей и их анализ рекомендуется представлять в графическом виде, сопровождаемом соответствующими выводами.

Так, для оценки эффективности коммерческой деятельности торговых организаций (предприятий) могут быть использованы следующие группы показателей:

- 1.показатели оборота оптовой (розничной) торговли;
- 2.показатели доходов и прибылей;
- 3.показатели издержек обращения;
- 4.показатели товарооборота;
- 5.вспомогательные показатели эффективности коммерческой деятельности.

Оценка эффективности коммерческой деятельности производственных предприятий базируется на расчете таких показателей как:

- 1.объем реализованной продукции;
- 2.выручки от реализации продукции;
- 3.коммерческие расходы;
- 4.прибыль от реализации готовой продукции;
- 5.оборачиваемость запасов готовой продукции.

Для оценки эффективности коммерческой деятельности организаций по оказанию услуг могут быть применены следующие показатели:

- 1.выручка от оказания услуг;
- 2.затраты на оказание услуг;
- 3.прибыль от оказания услуг;
- 4.вспомогательные показатели эффективности коммерческой деятельности.

Общие рекомендации по содержанию второй главы магистерской диссертации:

- содержание аналитической части должно включать только практические материалы и сведения, раскрывающие фактическое состояние конкретной проблемы (задачи), сформулированной в теме работы;

- при выполнении второй главы недопустимо ограничиваться констатацией фактов, необходимо раскрыть тенденции, вскрыть недостатки и причины, их обусловившие, чтобы в дальнейшем определить возможные варианты конструктивного изменения ситуации и разработать рекомендации (предложения, направления, пути) по их реализации.

- обязательным элементом данной части ВКР является наличие графического иллюстративного материала, размещенного по тексту работы либо представленного в виде приложений,

- в конце аналитической части обязательно наличие обобщающих выводов о фактическом состоянии изучаемых вопросах и проблемных положениях, требующих дальнейшего исследования в рекомендательной части ВКР.

В рекомендательной части работы (третьей главе) как правило, описываются результаты практического исследования и предлагаются конкретные меры по совершенствованию организации коммерческой деятельности объекта наблюдения.

Разработка и обоснование предложений по совершенствованию коммерческой деятельности организаций (предприятий) могут проводиться в отношении:

- проведения маркетинговых исследований, направленных на изучение покупательского спроса, формирование оптимального ассортимента товаров, повышение конкурентоспособности организации (предприятия) и т.п.;

- выявления и выбора наиболее рациональных поставщиков товаров на основе многочисленных коммерческих предложений и определения возможности перехода на прямые хозяйственные связи с конкретными поставщиками продукции;

- оптимизации хозяйственных связей по поставкам товаров и включения в договоры условий, наиболее полно отражающих коммерческие интересы исследуемой организации (предприятия);

- выявления и более полного учета факторов, влияющих на формирование ассортимента товаров и состояние товарных запасов;

- разработки мер, направленных на ускорение товарооборачиваемости и улучшения оперативного управления товарными запасами;

- повышение качества торгового обслуживания населения;

- совершенствование торгово-технологических процессов в исследуемой организации (предприятии);

- повышения эффективности коммерческой деятельности за счет внедрения отдельных средств ценового и неценового стимулирования продажи товаров и т.п.

Общие рекомендации по содержанию третьей главы ВКР:

- в третьей главе должно быть не менее двух параграфов;

- предложения должны быть конкретными, аргументированными, реальными для практического использования и иметь экономическое обоснование;

- если выпускник предлагает в своей работе несколько вариантов решения выявленной проблемы, он должен проанализировать каждый из них, выбрать оптимальный и не только прогнозировать положительные результаты использования выбранного варианта, но и предложить мероприятия по минимизации рисков негативных последствий.

Заключение – имеет форму синтеза полученных в работе результатов. Этот синтез – последовательное, логически стройное изложение выводов, соотнесение их с общей целью и конкретными задачами, поставленными и сформулированными во введении.

В заключении отражаются основные итоги проделанной работы в виде кратких выводов по теме исследования и предложений, направленных на совершенствование коммерческой деятельности исследуемой организации (предприятия).

Выводы и предложения могут быть сгруппированы по следующим направлениям:

- констатация исходного состояния задач в коммерческой деятельности по теме работы и условий их эффективного решения;

- степень соответствия выполненной ВКР плану исследования, а рекомендуемые решения – современным тенденциям развития коммерческой деятельности;

- практическая (прикладная) ценность работы и сфера приложения ее результатов.

В заключении работы могут приводиться сведения об апробации основных результатов (доклады, сообщения, отзывы, статьи), их практическом внедрении (справки, акты, протоколы), рекомендации по использованию и условиям их применения, целесообразность и направления дальнейшей разработки темы. При необходимости определяется круг вопросов, требующих более глубокой разработки, и намечаются перспективы дальнейшего изучения проблемы.

Общие рекомендации по написанию и содержанию заключения магистерской диссертации:

- выводы должны базироваться в основном на материалах второй и третьей глав работы, быть четкими, краткими и конкретными, при этом они не должны подменяться механическим суммированием выводов в конце параграфов, а должны содержать главные итоговые результаты работы;

- выводы следует приводить последовательно, по мере их получения и представлять их в виде кратко сформулированных тезисов;

- предложения должны вытекать из выводов, быть конкретными и адресными.

В заключении наиболее ярко проявляется способность (или неспособность) автора ясно мыслить и излагать материал. В этой части работы содержится так называемое «выводное знание», которое выносится на обсуждение и оценку комиссии при защите магистерской диссертации.

## 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ЗАЩИТЫ МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

Защита магистерской диссертации – является важным завершающим этапом учебного процесса в университете. К защите ВКР допускаются студенты, успешно завершившие в полном объеме освоение основной образовательной программы по специальности, разработанной университетом, и успешно прошедшие все другие виды итоговых аттестационных испытаний.

Защита ВКР проводится на открытом заседании Экзаменационной Комиссии (ЭК) с участием не менее двух третей ее состава и носит публичный характер, где помимо членов комиссии могут присутствовать все желающие, в том числе руководитель ВКР.

К защите магистерской диссертации студент-выпускник готовится заранее: готовит доклад, для наглядного представления результатов работы и информационный материал. Доклад должен содержать краткое, но четкое изложение основных положений ВКР, его не следует перегружать цифровыми показателями, а привести лишь те, на которые делаются ссылки в информационном материале.

Информационный материал должен быть подготовлен с использованием компьютерных технологий – в виде презентации последовательно представленных электронных слайдов, выводимых на экран компьютера и проецируемых на экран.

Продолжительность защиты одной магистерской диссертации не должна превышать 20 минут.

Процедура защиты магистерской диссертации на заседании ЭК включает следующие этапы:

1. Выступление (представление) председателя ЭК. Председатель экзаменационной комиссии объявляет фамилию, имя, отчество студента-выпускника, название темы и руководителя ВКР, оглашает письменный отзыв руководителя. После этого председатель ЭК дает выпускнику слово для защиты магистерской диссертации.

2. Выступление (доклад) выпускника. Выступление (доклад) должно начинаться с обоснования актуальности темы. Далее следует отразить цель, задачи, объект, предмет, методы исследования, а также изложить полученные результаты в обобщенном виде, указать их значимость и возможность использования в коммерческой деятельности организации (предприятия). Желательно, чтобы выпускник излагал основное содержание своей работы свободно, не читая письменного текста.

3. Вопросы членов ЭК и присутствующих. Важный и ответственный момент защиты ВКР – ответы на вопросы. Вопросы выпускнику задают сразу же после его выступления (как члены комиссии, так и другие присутствующие на защите ВКР выпускника). Количество вопросов, задаваемых выпускнику при защите работы, не ограничивается.

4. Ответы выпускника на заданные вопросы. Выпускнику предоставляется право отвечать сразу или попросить время на подготовку ответа, используя, по необходимости, свою работу. Ответы на вопросы должны быть краткими, но убедительными, исчерпывающими, теоретически обоснованными, подкрепленными цифровым материалом, если требуется. Выпускнику следует помнить, что ответы на вопросы, их полнота и глубина влияют на оценку по защите магистерской диссертации, поэтому ответы необходимо тщательно продумывать. По ответам на заданные вопросы, умению отстаивать свою точку зрения, ЭК оценивает уровень подготовки выпускника.

Вопросы членов комиссии записываются секретарем в протокол.

5. Обсуждение на закрытом заседании ЭК результатов защиты. Решение об окончательной оценке по защите магистерской диссертации принимается на закрытом заседании экзаменационной комиссии открытым голосованием, простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании, при обязательном присутствии председателя комиссии или его заместителя. При равном количестве голосов председатель комиссии (или заместитель председателя) обладает правом решающего голоса.

6. Объявление результатов защиты магистерской диссертации председателем ЭК. Решение объявляется в тот же день после оформления протоколов работы комиссии и основывается на отзыве руководителя, содержании выступлений и ответов выпускников в процессе защиты работ.

## 8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже.



Оценка знаний и умений выпускника при защите ВКР производится комиссией на основе следующих критериев:

- оценка «отлично» (90-100 баллов) выставляется выпускнику, глубоко и прочно усвоившему программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логично его излагающему, в ответе которого тесно связываются теория и практика в области торгового дела и коммерческой деятельности. При этом выпускник свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, показывает, что знаком с литературой, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами работы с научной литературой, нормативным материалом.

- оценка «хорошо» (75-89 баллов) выставляется выпускнику, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу, излагающему его, не допускающему существенных неточностей в ответах на вопросы, правильно применяющему теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеющему необходимыми знаниями и приемами их выполнения.

- оценка «удовлетворительно» (60-74 баллов) выставляется выпускнику, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность изложения программного материала, допускает и испытывает затруднения в выполнении практических работ по данному предмету.

- оценка «неудовлетворительно» (меньше 60 баллов) выставляется выпускнику, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно с большим затруднением формулирует ответы на вопросы членов комиссии либо не отвечает на них совсем.

При неудовлетворительной оценке магистерской диссертации комиссия устанавливает, обязан ли выпускник написать бакалаврскую работу на новую тему, избранную и утвержденную в установленном порядке, или может повторно защищать ту же работу после внесенных в нее исправлений и доработки.

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

## 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Подготовка к процедуре защиты и защита магистерской диссертации проводятся в 8-м учебном корпусе (г. Донецк, ул. Челюскинцев, д. 198а). Для защиты требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя, выход в Интернет – проводной или с использованием Wi-Fi.

Для подготовки ВКР используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное в учебно-методическом кабинете 8-го

учебного корпуса (ауд. 105), материально-техническую базу учебной лаборатории кафедры «Коммерция и таможенное дело».

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по подготовке ВКР, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ».

## 10. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

### 10.1. Основная литература

1. Громова, Н. В. Роль социальных медиа в формировании бренда. - Екатеринбург: Уралсевер, 2020. - 300 с.
2. Громов, С. К. Инновации в управлении качеством сервиса. - Владивосток: ВГУЭС, 2022. - 240 с.
3. Хьюз, А. В. Современные тренды в менеджменте клиентского опыта. - М.: Издательство РГГУ, 2021. - 250 с.
4. Иванова, А. Г. Влияние международной торговой политики на малый бизнес. - Новосибирск: НГТУ, 2021. - 230 с.
5. Кузнецова, Л. С. Управление ценовой стратегией как инструмент конкурентоспособности. - Казань: Казанский университет, 2022. - 180 с.
6. Лебедев, М. Н. Оценка эффективности программ лояльности в розничной торговле. - М.: ИНФРА-М, 2023. - 320 с.
7. Маслова, Т. Д. Инструменты цифрового маркетинга для интернет-магазинов. - Самара: Самарский университет, 2021. - 240 с.
8. Никифоров, Д. В. Блокчейн в логистике: теоретические подходы и практические кейсы. - Омск: ОмГУ, 2022. - 260 с.
9. Поминов, С. И. e-Commerce в условиях постпандемической реальности. - Тула: Тульский государственный университет, 2023. - 200 с.
10. Смирнов, И. А., Орлов, П. В. Эффективные стратегии поставок для малых и средних предприятий в условиях глобализации. - СПб.: Питер, 2023. - 210 с.
11. Фролов, Ю. П. Модели управления товарными запасами. - Ростов н/Д: Издательство ДГТУ, 2022. - 270 с.

### 10.2. Дополнительная литература

12. Александров, Е. Д. Стратегии выхода на новые рынки для производителей. - М.: Экономист, 2021. - 290 с.
13. Васильев, Г. А. Психология потребительского поведения. - Челябинск: ЧГРТУ, 2022. - 150 с.
14. Белов, И. А. Устойчивое развитие бизнеса: экологические и социальные аспекты. - Ярославль: ЯГПУ, 2023. - 290 с.
15. Делягин, С. В. Бизнес-план для стартапа в электронной торговле. - Уфа: УГНТУ, 2023. - 280 с.
16. Ермаков, Д. А. Персонализация потребительского опыта. - Новороссийск: ННГУ, 2023. - 210 с.
17. Ершова, А. А. Естывиковые технологии и коммерческие процессы. - Тверь: Тверской государственный университет, 2020. - 260 с.
18. Ковалев, Р. Н. Внедрение CRM-систем: риски и стратегия. - Тула: ТГТУ, 2021. - 190 с.
19. Королева, С. Р. Влияние технологий «умного» ритейла на потребительское поведение. - Курган: КГТУ, 2022. - 210 с.
20. Кузьмин, А. П. Лидерство в управлении командами. - Вологда: ВГТУ, 2023. - 180 с.

21. Левин, В. Б. Исследование продаж: эффективность на конкурсной основе. - Астрахань: АГТУ, 2023. - 240 с.
22. Логинов, В. Р. Франчайзинг в малых предприятиях. - Липецк: ЛГТУ, 2021. - 220 с.
23. Миронов, А. И. Выход на международный рынок для российских брендов. - Чебоксары: ЧГУ, 2022. - 260 с.
24. Овчинникова, Т. С. Управление рисками в коммерческой деятельности. - Краснодар: КубГАУ, 2023. - 210 с.
25. Полякова, О. Ю. Этические практики бизнеса и предпочтения потребителей. - Мурманск: МГТУ, 2021. - 230 с.
26. Савельев, Н. К. Культурные различия и стратегии маркетинга. - Бишкек: БГУ, 2022. - 275 с.
27. Сидоров, В. Р. Обратная логистика как инструмент повышения прибыльности. - Саратов: СГУ, 2022. - 240 с.
28. Чернов, П. Г. Сезонность и планирование продаж в розничной торговле. - Сергиев Посад: СГТУ, 2020. - 200 с.

## 11. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.
2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
3. Научная электронная библиотека **«КиберЛенинка»:** сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
4. Электронно-библиотечная система **«Лань»:** [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: издания Сетевой электронной библиотеки, для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
5. **ЭБС Юрайт:** электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://urait.ru/library/svobodnyy-dostup/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: издания свободного доступа, для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.
8. **Электронный архив ДонГУ:** раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 31.03.2025). – Режим доступа: свободный.

## 12. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)

2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).