

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Одобрена

на заседании кафедры

15 сентября 2020 г.

протокол № 2

Зав. кафедрой


(подпись)

Капустина Л.М.

Утверждена

Советом по учебно-методическим
вопросам и качеству образования

16 сентября 2020 г.

протокол № 1

Председатель





(подпись)

Карх Д.А.

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Направление подготовки

38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль

Маркетинг и брендинг

Разработана:

Зав. каф., д.э.н.



Капустина Л.М.

(подпись)

Екатеринбург
2020 г.

Программа государственной итоговой аттестации по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент профиль «Маркетинг и брендинг» составлена в соответствии с требованиями:

1. Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29.06.2015 № 636, в ред. Приказов Минобрнауки России от 09.02.2016 №86, от 28.04.2016 №502;
2. Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры (П 7.5-093-2017), утвержденного приказом от 28.04 2017 № 198/1.

Программа государственной итоговой аттестации включает:

- I. Требования к выпускным квалификационным работам и порядку их выполнения (методические рекомендации по выполнению выпускных квалификационных работ);
- II. Критерии оценки защиты выпускных квалификационных работ;
- III. Перечень компетенций, которыми должен овладеть обучающийся в результате освоения оп во
- IV. Оценочные материалы.
- V. Приложения.

I. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Методические рекомендации по выполнению выпускной квалификационной работы содержат:

- I.I. Требования к выпускной квалификационной работе;
- I.II. Порядок выполнения выпускной квалификационной работы.

I.1 ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ

I.1.1 Сущность выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа является самостоятельным научным исследованием студента, выполненным под руководством преподавателя выпускающей кафедры маркетинга и международного менеджмента.

Выпускная квалификационная работа (ВКР) является обязательным видом государственной итоговой аттестации выпускников, завершивших освоение основной образовательной программы магистратуры. Она предназначена для установления соответствия уровня подготовки студентов требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки магистров 38.04.02 «Менеджмент» направленности (профиля) Маркетинг и

брендинг.. ВКР представляет собой работу, демонстрирующую уровень подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности.

Выпускная квалификационная работа в соответствии с ОПОП магистратуры представляет собой самостоятельную и логически завершенную научную работу, связанную с решением задач видов деятельности, к которым готовится магистр согласно ФГОС (уровень высшего образования магистратура, направление подготовки 38.04.02 Менеджмент): научно-исследовательской, аналитической, организационно-управленческой.

I.1.2 Цели и задачи выпускной квалификационной работы

Целью выполнения выпускной квалификационной работы по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» направленности (профиля) «Маркетинг и брендинг» является систематизация и расширение теоретических знаний, развитие профессиональных навыков и умений, выявление способности выпускника на основе полученных знаний решать конкретные научно-исследовательские и практические задачи в соответствии с квалификационной характеристикой выпускника, определенной ФГОС ВО по направлению Менеджмент.

При выполнении выпускной квалификационной работы обучающиеся должны показать свою способность и умение, опираясь на полученные углубленные знания, умения и сформированные общекультурные и профессиональные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

Оцениваемые в ходе итоговой государственной аттестации магистрантов компетенции
Таблица 1 – Компетенции выпускников магистратуры по направлению менеджмент

Код	Компетенции	Результаты обучения
ОК-1	способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	- уметь самостоятельно подбирать необходимые источники информации и обобщать научную литературу по теме исследования;
ОПК-1	готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	-владеть профессиональной терминологией -владеть навыками профессиональной аргументации - быть в состоянии привлекать литературные источники на иностранном языке по теме исследования
ОПК-3	способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	-уметь обосновать актуальность проблемы исследования - уметь самостоятельно подбирать необходимые источники информации; - разрабатывать программу научного исследования,
ПК-2	способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	- уметь обосновывать практическую значимость исследования и предлагать конкретные рекомендации по реализации корпоративной стратегии, -уметь оценивать эффективность предложений и рекомендаций

ПК-4	способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	-уметь составлять программу и методологическую схему исследования - уметь применять пакеты прикладных программ для использования количественных методов исследования
ПК-5	владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	- уметь систематизировать и обобщать информацию с использованием методов стратегического анализа факторов окружающей среды - уметь осуществлять мониторинг внешней и внутренней среды фирмы и владеть методами оценки ее стратегических возможностей
ПК-6	способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	-уметь провести литературный обзор; -уметь выявлять проблемы организационно-управленческого характера при анализе конкретных ситуаций
ПК-7	способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	-уметь построить качественный доклад для защиты работы -уметь презентовать доклад - уметь качественно оформлять материалы исследования
ПК-8	способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	- знать и уметь применять принципы принятия и реализации экономических и управленческих решений на разных уровнях в сфере маркетинга и брендинга -уметь разрабатывать рекомендации практического характера
ПК-9	способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	-уметь осуществить подбор информации для проведения экономических расчетов -уметь использовать основные и специальные методы экономического анализа маркетинговой деятельности фирмы
ПДК-10	Способность проводить самостоятельные маркетинговые исследования в соответствии с разработанной программой и представлять результаты проведенного полевого исследования с помощью программного комплекса SPSS	- разрабатывать и участвовать в реализации бизнес-планов создания нового бизнеса; - участвовать в организации и ведении предпринимательской деятельности; - пользоваться современными экономико-математическими моделями и компьютерными технологиями для сбора и обработки маркетинговой информации; практическими навыками поиска, сбора, систематизации, анализа и использования вторичной и первичной маркетинговой
ПДК-11	Способность разрабатывать проекты брендоспособных	-разрабатывать брендоспособные марки

	торговых марок; применять принципы и технологии бренд-менеджмента в бизнесе; проектировать рекламные кампании и составлять маркетинговые и медиа планы	-оценивать брендоспособность бренд-проекта, разработанного внешними подрядчиками. - разрабатывать успешные бренд-проекты для различных отраслей и сфер деятельности
--	--	--

Основными **задачами**, которые должен решить студент при выполнении выпускной квалификационной работы являются:

- 1) обоснование актуальности и значимости выбранной темы работы с точки зрения теории и практики управления маркетинговой деятельностью фирмы, составление программы исследования;
- 2) изучение теоретических положений по проблеме, сущности экономических категорий и процессов, нормативной документации, составление литературного обзора по проблеме исследования;
- 3) обоснование необходимости и возможности применения определенных современных методик принятия управленческих решений по задачам, поставленным в научно-исследовательской работе;
- 4) сбор необходимой для проведения исследования эмпирической информации с привлечением первичных и вторичных источников маркетинговой информации и использованием адекватных методов;
- 5) проведение экономического анализа состояния объекта исследования с использованием соответствующих методов обработки информации, выявление тенденций изменения экономических показателей, и проблем, требующих решения или совершенствования;
- 6) разработка методических и практических рекомендаций и предложений, их экономическое и организационное обоснование, необходимое и достаточное для решаемой задачи;
- 7) обобщение результатов проведенных исследований, формулирование выводов о степени достижения целей, поставленных в ВКР, и возможности практического применения предложенных разработок;
- 8) оформление ВКР в соответствии с нормативными требованиями;
- 9) подготовка к защите выпускной квалификационной работы перед членами ГЭК.

Объектами, на базе которых выполняется выпускная квалификационная работа, могут быть:

- предприятия всех организационно-правовых форм и их подразделения;
- проектные, научно-исследовательские и образовательные организации;
- органы государственного управления и местного самоуправления.

Руководство выполнением выпускных квалификационных работ осуществляется преподавателями кафедры, а также специалистами предприятий и организаций. Руководители выпускных квалификационных работ назначаются приказом ректора УрГЭУ. При необходимости могут назначаться консультанты для выполнения магистерской диссертации.

1.1.3 Выбор и утверждение темы выпускной квалификационной работы

Выбор темы квалификационной работы осуществляется студентом по согласованию с научным руководителем и специалистами предприятия-базы практики (организации),

где будет проходить преддипломная практика. При выборе темы ВКР необходимо исходить из:

- 1) актуальности проблемы и значимости ее для научной и практической деятельности;
- 2) потребностей развития и совершенствования деятельности конкретного предприятия (организации);
- 3) интересов, склонностей к научно-исследовательской работе студента, а также перспектив его будущей профессиональной деятельности;
- 4) научной специализации выпускающей кафедры и ее преподавателей;
- 5) возможности получения информации для проведения анализа и обоснования предлагаемых управленческих решений;

Темы ВКР утверждаются приказом ректора УрГЭУ (Приложение). Допускается внесение уточнений в название темы выпускной работы до конца теоретического обучения по направлению подготовки «Менеджмент» направленности (профиля) «Маркетинг и брендинг».

По письменному заявлению обучающегося выпускающая кафедра может предоставить возможность подготовки и защиты ВКР по теме, предложенной обучающимся в целях практического применения ее результатов в соответствующей области.

1.1.4 Структура и содержание выпускной квалификационной работы

ВКР должна быть построена по общей схеме на основании методических указаний, отражающих современный уровень требований к завершающей стадии подготовки студента и выполнена в практико-ориентированном формате. В общем виде выпускная квалификационная работа магистранта состоит из введения, основной части (трех глав), заключения, списка использованных источников и приложений.

Введение. Во введении, как вступительной части работы, необходимо:

- обосновать актуальность выбранной темы с точки зрения научной и практической значимости проблемы, а также ее теоретической и методической разработанности в специальной литературе;
- определить проблему исследования для данной работы;
- сформулировать цель работы и задачи по ее достижению;
- охарактеризовать объект и предмет исследования;
- перечислить виды источников информации, использованных для выполнения работы,
- определить методы исследования;
- кратко описать структуру работы.
- охарактеризовать элементы научной новизны, теоретическую и практическую значимость работы, основные результаты исследования.

Объем введения – 3-4 страницы текста.

Основная часть работы. Она включает в различных сочетаниях следующие элементы:

Теоретическая часть должна содержать литературный обзор существующего состояния изучаемой проблемы и включать:

- характеристику существующих теоретических подходов к изучению проблемы, оценку степени разработанности в литературе и на практике;
- обобщение подходов разных ученых к определению ключевых категорий и понятий по теме исследования, формулирование авторского понимания сущности экономических категорий, используемых в диссертации.
- обзор дискуссионных вопросов, по-разному освещаемых в научной литературе. Он должен носить критический характер и отражать точку

зрения автора магистерской диссертации. Классификация, типология организационно-управленческих процессов, выявление причинно-следственных связей на основе систематизации теорий и концепций;

- выводы или краткое обобщение содержания главы.

При написании теоретической главы работы студент должен показать знание общетеоретических и специальных подходов к изучению проблемы, умение обобщать материал литературных источников классиков менеджмента и современных исследователей в области управления, выявлять основные тенденции и особенности развития проблемы, выявлять сходства и различия в точках зрения авторов теоретических, использовать монографии и периодическую литературу последних 3 лет издания, делать самостоятельные выводы. Для более сжатого и наглядного изложения материала студент *должен использовать различные рисунки и таблицы, позволяющие объемно представить содержание понятий и процессов.*

Вторая глава содержит методические подходы к решению научной проблемы исследования:

- методические основы изучения проблемы исследования, выбранной для магистерской диссертации. При наличии различных методических подходов необходимо охарактеризовать их особенности и сформулировать свое представление по этому вопросу. Выбранные (или сформированные автором работы) методики послужат основой для изучения фактических данных в практической главе работы, которая должна стать логическим продолжением теоретической и методической главы.

Основными типами исследований в магистерской диссертации могут быть:

- 1) Разведочные – направленные на поиск идей, их подтверждение на основе собранных данных и прояснение проблемы, стоящей перед объектом исследования.
- 2) Описательные - направленные на подтверждение или опровержение какой-либо первоначально выдвинутой гипотезы.
- 3) Каузальные – направленные на установление причинно-следственных связей между какими-либо явлениями и прогнозирование их развития.

В работе может присутствовать один тип исследования или несколько. Возможно рассмотрение всех типов как стадий одного исследовательского процесса.

Третья глава выпускной квалификационной работы включает аналитическую часть и практические рекомендации.

Аналитическая часть содержит исследование состояния изучаемой проблемы на эмпирическом материале, в т.ч.:

- общую характеристику объекта исследования;
- анализ состояния проблемы по ранее определенной методике исследования. Характер и объем изучаемого фактического материала будет зависеть от особенностей этой методики и объекта исследования;
- выводы или краткие обобщения.

При написании этой части студент должен показать умение экономически грамотно анализировать и оценивать состояния проблемы для выбранного объекта исследования на основе собранных данных литературных источников, статистических и справочных материалов, материалов предприятий (организаций), производить необходимые расчеты и делать обоснованные выводы. При этом он должен осуществить правильный отбор необходимой информации (не использовать ненужные сведения), определиться с временными границами сбора данных, применить необходимые методы их сбора и обработки. Наиболее полно должны быть проанализированы существующее состояние изучаемого явления, факторы, влияющие на его развитие, имеющиеся возможности и недостатки.

Для доказательства объективности полученных выводов студент должен обязательно указывать характер использованных данных с точки зрения их достоверности (реальные, измененные, смоделированные и т.д.) и делать ссылки на источники и методы сбора информации.

Для удобства анализа фактический материал должен быть оформлен в виде таблиц, графиков, диаграмм. Наиболее объемные и первичные материалы могут быть вынесены в приложения.

На результатах теоретического и аналитического исследования строится результирующая часть в заключительных параграфах диссертации. В зависимости от цели и задач работы, объекта исследования в ней могут быть представлены:

- программы мероприятий (проекты) по совершенствованию какого-либо направления деятельности объекта, изменению структурных (системных) характеристик, которые позволят решить выявленные проблемы и преодолеть имеющиеся недостатки;
- прогнозы и стратегии дальнейшего развития какого-либо явления в определенных оговариваемых в работе условиях и возможные управленческие решения, возможные (или необходимые) для конкретной ситуации;
- предложения по совершенствованию методик и инструментов решения каких-либо задач с их апробацией в реальных условиях и выводами об условиях применения.

При выполнении третьей главы студент должен показать умение на основе выводов проведенных исследований предлагать способы решения проблем субъектов предпринимательской деятельности. При этом строиться данная часть работы должна с учетом принципов системного подхода и динамичности. Необходимо учитывать взаимосвязи многих изменяющихся во времени объектов и факторов, а также многих сфер принятия управленческих решений с позиций как стратегического, так и оперативного управления.

Предложения и рекомендации магистрант должен обязательно обосновать с точки зрения экономических и, при необходимости, социальных последствий, которые будут проявляться в результате реализации этих разработок. Экономическое обоснование может быть выполнено в виде:

- расчета экономической эффективности инвестиций в маркетинге,
- оценки эффективности дополнительных текущих затрат на определенные мероприятия по продвижению бренда,
- оценки прогрессивности предложений по качественным параметрам,
- прогноза изменения определенных социально-экономических показателей, рейтинговых и экспертных оценок и т.д.

При этом студент должен грамотно применить адекватные методы и авторские методики социально - экономического обоснования предложений, а также сделать необходимые выводы.

Заключение. В этой части ВКР находят отражение основные положения и выводы, содержащиеся во всех главах работы. Основная мысль каждого параграфа выносится в заключение и логически увязывается с предыдущими и последующими выводами, т.е. в заключении отражаются степень достижения цели исследования, решения поставленных задач, уровень новизны и степени разработанности результатов, указывается также где, и каким образом применение результатов исследования может иметь практическую ценность. Объем не менее 3 страниц.

Список использованных источников. Должен содержать перечень использованных при написании ВКР литературных источников с их полным описанием по требованиям стандартов.

Приложения. В приложениях выносятся таблицы, первичные материалы, громоздкий иллюстрированный материал.

Общий объем ВКР магистранта должен быть от 100 до 120 страниц.

II.5 Руководство выпускной квалификационной работой

Общее руководство и контроль за ходом выполнения ВКР осуществляет выпускающая кафедра в лице научного руководителя.

После утверждения студенту темы ВКР и до оформления приказа на производственную (преддипломную) практику научный руководитель оформляет задание на ВКР, которое утверждается заведующим кафедрой.

II. ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

II.1. Порядок выполнения выпускных квалификационных работ

На основании выданного студенту задания составляется календарный план-график на весь период разработки темы с указанием сроков окончания и представления законченной работы. Соблюдение установленных сроков и последовательности выполнения выпускной квалификационной работы направлено на оптимизацию процесса достижения поставленных целей. Рекомендуется следующая последовательность этапов выполнения работы:

- 2) выбор темы выпускной квалификационной работы, ее утверждение, составление концепции и плана ВКР – первый семестр обучения в магистратуре;
- 3) подбор научной литературы, нормативной документации и ознакомление с ними, составление литературного обзора по проблеме исследования, подготовка научных публикаций – первый год обучения в магистратуре;
- 4) выбор объекта исследования и проведение предварительного изучения его особенностей для прояснения исследовательской проблемы: собрать эмпирические данные, проанализировать, интерпретировать и определиться с проблемами, которые надо решать – курсовая работа по Маркетинг менеджменту, организационно-управленческая практика 1 курса;
- 5) уточнение целей и задач заключительных исследований, составление планов их проведения, сбор эмпирического материала, обработка данных и написание курсовой работы по бренд-менеджменту – второй семестр обучения в магистратуре;
- 6) выбор методов научного исследования и составление методологической схемы исследования, уточнение плана выпускной квалификационной работы, выполнение курсовой работы по маркетинговым исследованиям с использованием пакета прикладных программ SPSS – третий семестр обучения в магистратуре;
- 7) обобщение аналитических материалов, доработка основной части работы по замечаниям руководителя – научно-исследовательская практика 2 курса;
- 8) написание введения и заключения выпускной работы. Формулировка элементов научной новизны (минимум один пункт) и направлений практической значимости результатов проведенного исследования. Оформление библиографического списка и приложений. **Все части работы должны быть представлены руководителю не позднее, чем за 3 недели до дня защиты.**
- 9) Тексты ВКР за исключением ВКР, содержащих сведения, составляющие государственную тайну, размещаются в электронно-библиотечной системе УрГЭУ

- и проверяются на объем заимствования согласно «Порядка размещения текстов ВКР в электронно-библиотечной системе УрГЭУ и проверки их на объем заимствования
- 10) Прохождение нормоконтроля и проверки диссертации на плагиат в компьютерной системе Антиплагиат, исправление замечаний по оформлению работы.
 - 11) Предзащита выпускной квалификационной работы за 2 недели до защиты и принятие решения выпускающей кафедрой о допуске студента к защите. Назначение рецензентов выпускных квалификационных работ студентов магистратуры.
 - 12) Подготовка к защите ВКР: написание аннотации, подготовка электронной презентации доклада, оформление документов на выпускную квалификационную работу. Перед процедурой размещения студент должен разместить ВКР в ЭБС университета.
 - 13) Для проведения рецензирования ВКР направляется кафедрой рецензенту, не являющемуся работником университета.

Ход выполнения ВКР контролируется выпускающей кафедрой **по состоянию** :

- окончание первого семестра – утвержденная тема, план и концепция диссертационного исследования;
- окончание второго семестра – литературный обзор по проблеме исследования, опубликованные научные статьи, объект исследования;
- окончание третьего семестра – методологическая схема исследования, методика сбора эмпирического материала, выбор методов научного исследования, проведение расчетов в SPSS;
- за два месяца до защиты (60-70 % готовности работы);
- за три недели до защиты (90-100 % готовности работы);
- за две недели до защиты (100 % готовности работы).

За две недели до установленного дня защиты ВКР выносится решение выпускающей кафедры о готовности ВКР к защите. Работы, представленные после этого срока, к защите в данной сессии работы ГЭК не принимаются.

1.11.2 Подготовка к защите выпускной квалификационной работы

В процессе выполнения работы законченные разделы предоставляются на проверку научному руководителю. После чего ВКР в несброшюрованном виде представляется нормоконтролеру для проверки правильности ее оформления на соответствие требованиям Положения о требованиях к оформлению рефератов, отчетов по практике, контрольных, курсовых и выпускных квалификационных работ УрГЭУ(П7.5-000-2015).

Механизм организации предварительной защиты состоит в следующем:

- 1) составляется и утверждается распоряжением по кафедре график проведения предварительных защит;
- 2) формируется и утверждается распоряжением по кафедре комиссия из 2-4 преподавателей кафедры маркетинга и международного менеджмента;
- 3) при необходимости до преподавателей, назначенных в состав комиссии, доводятся настоящие методические указания.

Один из членов комиссии ведет протокол проведения предварительных защит, фиксируя номер протокола заседания комиссии, дату заседания и Ф.И.О. членов комиссии.

Студент представляет комиссии:

- а) законченную ВКР с подписью руководителя,
- б) оформленное задание на дипломную работу, утвержденное зав. кафедрой, с подписями руководителя и консультанта, если таковой имеется.
- в) данные о рецензенте дипломной работы (Ф.И.О., место работы (предприятие и подразделение), должность),

г) 1 экземпляр текста доклада (на русском языке),
д) 1 экземпляр раздаточного материала к дипломной работе
е) данные о степени самостоятельности выполнения ВКР из системы Антиплагиат.

г) договор с организацией, на которой студент магистратуры проходил преддипломную практику.

4) Комиссия проверяет представленные материалы на комплектность и соответствие между собой; соответствие формальным требованиям контролируется по всем документам, кроме ВКР (ее соответствие формальным требованиям проверяется при нормоконтроле).

5) Один из членов комиссии вносит в протокол:

- а) Ф.И.О. студента и номер учебной группы,
- б) Ф.И.О. руководителя ВКР, должность, ученое звание, ученую степень,
- в) Ф.И.О. рецензента ВКР, место его работы (предприятие, подразделение),

должность, ученое звание, ученую степень.

б) Студент кратко излагает основные результаты дипломной работы по каждой главе (теоретического, аналитического и практического характера) – 3 минуты.

7) Члены комиссии задают студенту вопросы по теме работы.

8) Студент выходит из аудитории, где проходит защита, а члены комиссии выносят решение о допуске студента до защиты ВКР в ГЭК и фиксируют это решение в протоколе. Критериями являются:

- а) соблюдение всех формальных требований,
- б) при наличии недочетов – возможность их устранения до даты защиты,
- в) способность студента квалифицированно излагать материал,
- г) способность студента давать аргументированные ответы по существу задаваемых вопросов.

9) Студент приглашается в аудиторию, где до него доводится решение, принятое комиссией. Возможно 3 варианта решения:

- допустить к защите – означает, что студент полностью готов к защите дипломной работы в ГЭК,

- допустить к защите при условии устранения замечаний - означает, что в работе или при защите студентом были выявлены незначительные нарушения требований, предъявляемых к содержанию ВКР. Такие нарушения позволяют условно допустить студента к защите дипломной работы в ГЭК; но в этом случае студент обязуется устранить указанные комиссией замечания либо привести аргументы в пользу собственной позиции. Контролирует устранение замечаний руководитель ВКР,

- рекомендовать доработать ВКР – означает, что в работе или при защите студентом были выявлены значительные нарушения требований, предъявляемых к содержанию работы. Такие нарушения не позволяют допустить студента к защите ВКР в ГЭК. В этом случае студент должен в возможно более сжатые сроки приложить максимум усилий по их устранению.

В случае положительного решения комиссии о допуске к защите работы (полном или условном) члены комиссии сообщают студенту номер протокола заседания комиссии и контролируют его внесение в соответствующий раздел задания на дипломную работу. Кроме того, члены комиссии напоминают студенту о необходимости дополнительно представить к моменту защиты:

- а) заверенное подписью зав. кафедрой задание на ВКР,
- б) отзыв руководителя,
- в) рецензию с подписью рецензента и печатью его организации,

10) Студент представляет нормоконтролеру законченную выпускную работу с подписью руководителя, отвечает на вопросы нормоконтролера по содержанию и оформлению дипломной работы и получает рекомендации по устранению недостатков работы.

11) Студент обращается к зав. кафедрой за получением подписи в задании на ВКР.

Для успешного прохождения процедуры предварительной защиты студент должен:

- 1) завершить выполнение основных разделов ВКР,
- 2) оформить ВКР,
- 3) получить в итоговый вариант задания и на титульный лист подпись руководителя,
- 4) выяснить у руководителя все необходимые данные рецензента,
- 5) составить и обсудить с руководителем доклад и раздаточный материал,
- 6) прорепетировать краткое изложение доклада и приведение аргументов при ответе на наиболее очевидные вопросы по докладу и раздаточному материалу,
- 7) оформить доклад и раздаточный материал.

Законченная ВКР в несброшюрованном виде представляется **нормоконтролеру** для проверки правильности ее оформления на соответствие стандартам. Рекомендации по оформлению списка литературы приведены в приложении К.

Подписанная нормоконтролером работа передается научному руководителю для составления письменного **отзыва руководителя**, в котором особое внимание уделяется оценке выпускника по личностным характеристикам (ответственность, дисциплинированность, самостоятельность, активность, творчество, инициативность и т.д.), проявленным способностям к исследовательской деятельности, достигнутым результатам в формировании компетенций выпускника данной программы. Мотивируется возможность или невозможность представления работы на защиту в ГЭК. Решение научного руководителя является основанием для допуска кафедрой магистерской диссертации к защите.

Для получения дополнительной объективной оценки магистерская диссертация, допущенная к защите, направляется на внешнее рецензирование. К рецензированию могут привлекаться преподаватели вузов, высококвалифицированные специалисты других организаций, НИИ, государственных учреждений. Список рецензентов согласовывается и утверждается кафедрой. Рецензент должен сосредоточить внимание на актуальности темы, качестве выполненной работы, ее положительных сторонах и недостатках, а также дать непосредственную оценку соответствия работы требованиям ФГОС, выставить предлагаемую оценку в баллах.

При подготовке к защите студент должен подготовить доклад по теме магистерской диссертации на 5-7 мин., в котором необходимо четко и кратко изложить основные защищаемые положения работы, подчеркнуть научную новизну и практическую ценность. Для наглядности необходимо подготовить аннотацию и электронную презентацию (от 6 до 10 слайдов).

Перед защитой студентом представляются в ГЭК следующие документы:

- 1) ВКР, подписанная на титульном листе выпускником, научным руководителем, консультантами (если есть), нормоконтролером и рецензентом; Титул – приложение Б.
- 2) задание на выполнение работы с отметками сроков окончательной подготовки работы, подписанное научным руководителем и заключением руководителя программы о допуске к защите (приложение А);
- 3) отзыв научного руководителя (приложение Д);
- 4) справка о размещении ВКР в ЭБС университета;
- 5) внешняя рецензия на дипломную работу (приложение Е);
- 6) распечатка из системы Антиплагиат о степени самостоятельности выполнения ВКР.

I.II.3 Защита выпускной квалификационной работы

Защита ВКР проводится на заседании ГЭК согласно регламенту проведения государственных аттестационных испытаний.

После окончания защиты проводится закрытое заседание ГЭК, на котором определяются итоговые оценки по 4 - балльной системе (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно).

Защита магистерской диссертации проводится на открытом заседании ГЭК.

Порядок защиты:

- 1) председательствующий ГЭК объявляет фамилию, имя и отчество соискателя, тему работы с указанием места ее выполнения;
- 2) доклад соискателя продолжительностью не более 7 минут, в течении которых он должен кратко сформулировать актуальность, цель и задачи работы, изложить основные выводы, обосновать их эффективность. Студент может пользоваться заранее подготовленными тезисами доклада и обязательно использовать презентацию;
- 3) после окончания доклада члены ГЭК и присутствующие на защите предлагают соискателю вопросы, имеющие непосредственные отношение к теме работы;
- 4) секретарь ГЭК зачитывает рецензию;
- 5) соискатель отвечает на вопросы, поставленные в рецензии;
- 6) выступление научного руководителя работы, а в случае его отсутствия секретарь ГЭК зачитывает отзыв руководителя;
- 7) Председательствующий ГЭК предоставляет желающим слово для выступления, после чего объявляет об окончании защиты.

В процессе защиты члены ГЭК заполняют оценочный лист, позволяющий аккумулировать информацию по отдельным критериям оценки работ. Критерии оценивания приведены в приложении Г.

После окончания открытой защиты проводится закрытое заседание ГЭК (возможно с участием руководителей), на котором определяются итоговые оценки по 4 – балльной системе (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно).

После закрытого обсуждения председатель объявляет решение ГЭК.

Протокол заседания ГЭК ведется секретарем. В него вносятся все заданные вопросы, особые мнения, решение комиссии об оценке и присвоении выпускнику степени магистра менеджмента. Протокол подписывается председателем ГЭК и секретарем. Образец протокола приведен в приложении В.

Студенту, не защитившему магистерскую диссертацию в установленные сроки, срок представления работы и ее защиты определяется в соответствии с нормативными документами УрГЭУ.

II. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ЗАЩИТЫ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ

Критерии оценки результатов защиты выпускных квалификационных работ утверждены приказом №198/1 от 28.04.2017 Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры П 7.5-093-2017 (таблица).

Таблица Критерии оценивания результатов обучения и уровней формирования компетенций

№	Критерии оценки	Балл	Критерии оценивания формирования компетенций	Уровни формирования компетенций
1.	Оценка «отлично» ставится, если студент строит ответ логично в соответствии с планом, показывает максимально глубокие знания профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий. Устанавливает содержательные межпредметные связи. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры.	5	Творческое действие – самостоятельное конструирование способа деятельности, поиск новой информации. Формулирование оценочных суждений на основе имеющихся фактов и заданных критериев.	четвертый
2.	Оценка «хорошо» ставится, если студент строит свой ответ в соответствии с планом. В ответе представлены различные подходы к проблеме, но их обоснование недостаточно полно. Устанавливает содержательные межпредметные связи. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит необходимые примеры, однако показывает некоторую непоследовательность анализа. Выводы правильны. Речь грамотна, используется профессиональная лексика.	4	Воспроизведение, репродуктивное действие – самостоятельное воспроизведение и применение информации для выполнения данного действия. Студент на этом уровне способен по памяти воспроизводить ранее усвоенную информацию и применять усвоенные алгоритмы деятельности для решения типовых задач	третий
3.	Оценка «удовлетворительно» ставится, если ответ недостаточно логически выстроен, план ответа соблюдается непоследовательно. Студент обнаруживает слабость в развернутом раскрытии профессиональных понятий. Выдвигаемые положения декларируются, но недостаточно аргументированы. Ответ носит преимущественно теоретический характер, примеры ограничены, либо отсутствуют.	3	Применение, продуктивное действие – поиск и использование информации для самостоятельного выполнения нового действия (знания, умения, навыки). Этот уровень предполагает комбинирование студентом известных алгоритмов и приемов деятельности, применения навыков эвристического мышления.	второй
4.	Оценка «неудовлетворительно» ставится при условии недостаточного раскрытия профессиональных понятий, категорий, концепций, теорий. Студент проявляет стремление подменить научное обоснование проблем рассуждениями обыденно-повседневного бытового характера.	2	Репродуктивная деятельность (узнавание объектов, свойств, процессов при повторном восприятии информации о них или действий с ними). На этом уровне студент не способен самостоятельно, без помощи извне, воспроизводить и применять полученную информацию.	первый

	Ответ содержит ряд серьезных неточностей. Выводы поверхностны			
--	---	--	--	--

Оценка выпускной квалификационной работы производится по четырем группам критериев:

1) Качество квалификационной работы оценивается членами ГЭК по составляющим:

- *Обоснованность актуальности проблемы* исследования и темы выпускной квалификационной работы – предполагает оценку степени убедительности оснований, побудивших студента выбрать данную проблему для изучения на определенном объекте исследования;
- *Уровень теоретической проработки* проблемы предполагает оценку широты и качества изученных литературных источников, логики изложения материала, глубины обобщений и выводов, а также теоретического обоснования возможных решений проблемы;
- *Методическая грамотность проведенных исследований* предполагает оценку обоснованности применения методик исследования, информационной адекватности и правильности использования конкретных методов и методик анализа ;
- *Достаточность и качество экономического обоснования* предлагаемых управленческих решений предполагает оценку адекватности выбранных методов обоснования решений, правильность их применения;
- *Практическая значимость выполненной работы* предполагает оценку возможности практического применения результатов исследования в деятельности конкретного субъекта предпринимательства или в сфере возможной профессиональной занятости выпускников специальности в соответствии с требованиями ФГОС;
- *Качество оформления выпускной квалификационной работы* предполагает оценку на соответствие стандартам, а также аккуратность и выразительность оформления автореферата и презентации, грамотность и правильность подготовки сопроводительных документов.

2) Качество выступления на защите выпускной квалификационной работы оценивается членами ГЭК по следующим составляющим:

- *Качество доклада* предполагает оценку соответствия доклада содержанию выпускной квалификационной работы, способности выпускника выделить научную и практическую ценность выполненных исследований, умения пользоваться иллюстративным материалом;
- *Качество ответов на вопросы* предполагает оценку правильности, четкости, полноты и обоснованности ответов выпускника, умения лаконично и точно сформулировать свои мысли, используя при этом необходимую научную терминологию;
- *Качество слайдов* к докладу предполагает оценку соответствию подбора иллюстративных материалов содержанию доклада, грамотность их оформления и упоминания в докладе, выразительность использованных средств графического и художественного воплощения.
- *Поведение при защите выпускной квалификационной работы* предполагает оценку коммуникативных характеристик докладчика (манера говорить, отстаивать свою точку зрения, привлекать внимание к важным моментам в докладе или ответах на вопросы и т.д.).

- 3) Оценка выпускной квалификационной работы рецензентом переносится из рецензии, подписанной рецензентом.
- 4) Оценка научным руководителем выпускной квалификационной работы переносится из отзыва руководителя.

Оценка выпускной квалификационной работы определяется усреднением оценок по группам критериев 1 – 4.

Итоговая оценка квалификационной работы выставляется после коллективного обсуждения работы членами ГЭК.

III. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ, КОТОРЫМИ ДОЛЖЕН ОВЛАДЕТЬ ОБУЧАЮЩИЙСЯ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ОП ВО

Планируемые результаты освоения ОП ВО - компетенции	Виды аттестации	
	Промежуточная аттестация (дисциплины, практики)	ГИА
Общекультурные (ОК) компетенции, определенные ФГОС ВО		
ОК-1 способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	Бизнес-коммуникации Медиапланирование Технологии представления результатов научных исследований	Защита ВКР
ОК-2 готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальная и этическая ответственность за принятые решения	Корпоративные финансы VTL- технологии	Защита ВКР
ОК-3 готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Бизнес-коммуникации Копирайтинг и нейминг Персональный брендинг Брендинг территорий	Защита ВКР
Общепрофессиональные (ОПК) компетенции, определенные ФГОС ВО		
ОПК-1 готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;	Бизнес-коммуникации Профессиональный иностранный язык Копирайтинг и нейминг VTL – технологии Учебная практика Преддипломная практика	Защита ВКР
ОПК-2 готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;	Бизнес-коммуникации Управление бизнес-процессами	Защита ВКР
ОПК-3 способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования.	Методы исследований в менеджменте Маркетинг-менеджмент Преддипломная практика	Защита ВКР

Профессиональные (ПК) компетенции, определенные ФГОС ВО		
ПК-1 способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;	Бизнес-коммуникации Медиапланирование Копирайтинг и нейминг BTL- технологии Учебная практика Преддипломная практика	Защита ВКР
ПК-2 способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию;	Современный стратегический анализ Бренд-менеджмент Маркетинг-менеджмент Управление цепочкой создания потребительской ценности Тренинг продаж Маркетинговые альянсы брендов Маркстрат Интернет-реклама Международный маркетинг-менеджмент Организация и проведение рекламных и пиар-кампаний Производственная (технологическая) практика Производственная (преддипломная) практика	Защита ВКР
ПК-3 способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач;	Корпоративные финансы Современное управленческое консультирование Производственная (преддипломная) практика	Защита ВКР
ПК-4 способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения;	Методы исследований в менеджменте Маркетинговые исследования Научно-исследовательская работа Производственная (технологическая) практика Производственная (преддипломная) практика	Защита ВКР
ПК-5 владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;	Управленческая экономика Современный стратегический анализ Управление цепочкой создания потребительской ценности Маркстрат Интернет-реклама Учебная практика Производственная (технологическая) практика Производственная (преддипломная) практика	Защита ВКР
ПК-6 способность обобщать и критически оценивать результаты	Методы исследований в менеджменте	Защита ВКР

исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями;	Современный стратегический анализ Медиапланирование Тренинг продаж Маркетинговые альянсы брендов Научно-исследовательская работа	
ПК-7 способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада;	Методы исследований в менеджменте Технологии представления результатов научных исследований Маркетинговые исследования Международный маркетинг-менеджмент Организация и проведение рекламных и пиар-кампаний Учебная практика Научно-исследовательская работа	Защита ВКР
ПК-8 способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования;	Методы исследований в менеджменте Современный стратегический анализ Научно-исследовательская работа	Защита ВКР
ПК-9 способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой;	Методы исследований в менеджменте Бренд-менеджмент Тренинг продаж Маркетинговые альянсы брендов Научно-исследовательская работа	Защита ВКР
Профессиональные дополнительные компетенции		
ПДК-10 способность проводить самостоятельные маркетинговые исследования в соответствии с разработанной программой и представлять результаты проведенного полевого исследования с помощью программного комплекса SPSS	Маркетинговые исследования Управление бизнес-процессами Производственная (преддипломная) практика	Защита ВКР
ПДК-11 способность разрабатывать проекты брендоспособных торговых марок; применять принципы и технологии бренд-менеджмента в бизнесе; проектировать рекламные кампании и составлять маркетинговые и медиа планы	Бренд-менеджмент Маркетинг-менеджмент Персональный брендинг Брендинг территорий Международный маркетинг-менеджмент Организация и проведение рекламных и пиар-кампаний Производственная (преддипломная) практика	Защита ВКР

IV. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Перечень типовых вопросов, задаваемых при процедуре защиты выпускных квалификационных работ

IV.I Вопросы, оценивающие сформированность общекультурных компетенций

1. Каковы главные особенности научного знания в отличие от религиозных представлений о мире?
2. Является ли наука важнейшим фактором развития общества в современном мире?
3. В каких формах осуществляется влияние научного знания на развитие экономики, культуры, духовной жизни и общества в целом?
4. Почему знание закономерностей развития экономики является необходимым условием достижения успеха в различных сферах деятельности?
5. Каково значение коммуникативных навыков для успешной деятельности производственного коллектива?
6. В чем вы видите основные причины необходимости овладения навыками общения на иностранном языке для успешного решения экономических задач в современных условиях?
7. В чем проявляется толерантность в восприятии социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий?
8. Чем обусловлена необходимость овладения правовой культурой для достижения высоких экономических результатов в современных условиях?
9. Какая формулировка образовательных потребностей специалиста в современных условиях является более актуальной: «образование для всей жизни» или «образование в течение всей жизни»?
10. Возможна ли успешная профессиональная самореализация работника без формирования потребности и способности к самоорганизации и самообразованию?
11. В чем вы видите значение здорового образа жизни, овладения методами и средствами физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности?
12. Чем обусловлена в настоящее время необходимость овладения приемами первой помощи, методами защиты в условиях чрезвычайных ситуаций?

IV.II Вопросы, оценивающие сформированность общепрофессиональных компетенций

1. Какие управленческие решения вы рекомендуете для повышения эффективности менеджмента в организации?
2. В реализации или подготовке какого проекта вы участвовали в процессе выполнения выпускной квалификационной работы?
3. Какие основные проблемы управления подразделениями организации выявлены вами в процессе анализа и исследования структуры менеджмента?
4. Что понимаете под стратегией организации (корпоративной, маркетинговой и т.п.)?
5. Какие методы используются при разработке стратегии развития организации?
6. Какой план мероприятий предложен вами для реализации стратегии организации?
7. Имеются ли проблемы в управлении финансами организации для решения стратегических задач?
8. С помощью каких программных средств, компьютерных программ оценивались важнейшие показатели стратегического плана?
9. Применялись ли при выполнении ВКР экспертные методы оценивания показателей? Если применялись, то, какие экспертные процедуры?

10. Какие основные выводы получены лично вами при подготовке аналитических материалов по теме исследования?
11. Какие методы исследования использовались в прикладной части выпускной квалификационной работы?
12. Каковы основные результаты проведенного вами SWOT анализа?
13. Какие методы экономического и стратегического анализа поведения потребителей и конкурентов вы применили?
14. На научные труды каких отечественных и зарубежных ученых опиралось ваше исследование?
15. Теоретические подходы каких ученых вы использовали при подготовке теоретико-методологической основы исследования?
16. Сколько научных статей вами опубликованы?
17. На каких конференциях вы выступили с научными докладами по теме исследования? Насколько успешной была апробация ваших идей и результатов?
18. Какова теоретическая значимость вашего исследования?
19. Какой самостоятельный вклад вы внесли в развитие методологии исследования научной проблемы?
20. Какова практическая значимость проведенного исследования? Кому могут быть полезны основные результаты исследования?
21. Раскройте актуальность темы вашего исследования. Почему она значима для теории и практики?
22. Какова цель и задачи вашего научного исследования?
23. Что выступает элементом научной новизны по результатам вашего исследования?

IV.Ш Вопросы, оценивающие сформированность профессиональных компетенций

1. Какие маркетинговые исследования проведены вами самостоятельно? Какова их цель и характер (кабинетные, полевые исследования)?
2. Какие результаты исследования получены вами с использованием программного продукта SPSS?
3. Какие инструменты маркетингового анализа вы использовали?
4. Как составить медиаплан рекламной кампании?
5. Как оценить эффективность маркетинговых активностей и рекламных акций?
6. Каковы этапы разработки маркетингового плана?
7. В чем суть проекта разработки брендоспособной торговой марки?
8. Какие основные технологии бренд-менеджмента вам известны? Какие технологии применены в ВКР?
9. Как оценить лояльность потребителей бренду?
10. Методы измерения конкурентоспособности и уровня конкуренции в отрасли?

Приложение

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ

1. Брендинг на рынке товаров промышленного назначения.
2. Влияние событийного маркетинга на стоимость бренда.
3. Инновационная политика повышения конкурентоспособности российского банка.
4. Инновационные маркетинговые подходы к формированию лояльных потребителей.
5. Использование методов моделирования и прогнозирования в изучении поведенческих реакций потребителей.
6. Исследование восприятия брендов компаний на российском рынке.
7. Исследование кросс-культурных вариаций в поведении потребителей.
8. Маркетинг впечатлений как инструмент формирования корпоративного бренда.
9. Маркетинг и брендинг выставочной деятельности.
10. Маркетинг и брендинг на потребительском рынке услуг.
11. Маркетинг промышленного предприятия: особенности применения и проблемы.
12. Маркетинговое исследование поведения потребителей.
13. Маркетинговое исследование регионального рынка индивидуального жилищного строительства.
14. Маркетинговое управление каналами распределения.
15. Маркетинговое управление на рынке аудиторских услуг.
16. Маркетинговое управление продажами на рынке B2C (B2B).
17. Маркетинговые коммуникации ВТЛ-агентства на региональном рекламном рынке.
18. Маркетинговый механизм продвижения бизнес-школы на рынке детских образовательных услуг.
19. Методы эффективного управления продажами.
20. Организационно-управленческий механизм ребрендинга организации.
21. Особенности разработки ценовой политики компаний различных отраслевых рынков.
22. Особенности управления брендом компаний различных отраслевых рынков

23. Повышение конкурентоспособности организации.
24. Повышение узнаваемости бренда на региональном рынке услуг в сфере спорта и развлечений.
25. Повышение ценности бренда с использованием комплекса маркетинговых коммуникаций.
26. Повышение эффективности системы продаж предприятия на региональном рынке.
27. Применение концепции социально-этического маркетинга в маркетинговой деятельности организации.
28. Применение маркетинговых технологий для формирования оптимального ассортимента закупок.
29. Применение событийного маркетинга в продвижении товаров и услуг.
30. Продвижение бренда компании на рынке транспортно-логистических услуг.
31. Продвижение инновационных продуктов на рынке.
32. Продвижение интернет-магазинов.
33. Продвижение новых продуктов на рынке информационно-коммуникационных технологий.
34. Разработка маркетинговой коммуникационной стратегии предприятия.
35. Разработка маркетинговой стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
36. Разработка плана маркетинга кадрового агентства.
37. Разработка программы внедрения нового продукта на рынок.
38. Разработка программы лояльности на рынке ресторанных услуг.
39. Разработка программы лояльности потребителей организации.
40. Разработка программы маркетинга впечатлений на рынке медицинских услуг.
41. Разработка программы маркетинга инновационного продукта.
42. Разработка программы мероприятий по стимулированию сбыта на B2C рынке.
43. Разработка программы продвижения нового продукта на рынок.
44. Разработка программы совершенствования интернет-маркетинга организации.
45. Разработка стратегии позиционирования нового продукта.
46. Разработка стратегии продвижения банковского продукта.
47. Разработка стратегии продвижения корпоративного бренда в социальных медиа.
48. Разработка стратегии продвижения фирмы в социальных медиа.
49. Разработка стратегии экологического маркетинга организации.
50. Ребрендинг как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия.
51. Событийный маркетинг как технология управления отношениями с потребителями.
52. Совершенствование системы маркетинговых коммуникаций.
53. Совершенствование стратегий интернет-продвижения страховых компаний.
54. Стратегии и инструменты продвижения товаров и услуг в Интернете.
55. Стратегическое планирование маркетинга в компании.
56. Стратегическое планирование международного маркетинга для российской торговой компании.

57. Управление ассортиментной политикой предприятия.
58. Управление взаимоотношениями с корпоративными клиентами.
59. Управление маркетингом организации на основе концепции маркетинга взаимоотношений.
60. Управление поведением потребителей на региональном рынке общественного питания.
61. Управление продажами в международном маркетинге.
62. Управление рекламной деятельностью организации.
63. Формирование бренда организации.
64. Формирование стратегии продвижения международного автомобильного бренда на российском рынке.
65. Эффективность Product Placement и методика его применения для продвижения бренда.
66. Эффективность интернет-маркетинга организации.
67. Эффективность продвижения телевизионной рекламы.