

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования

«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»  
(Финансовый университет)

Кафедра «Логистика и маркетинг»

**Карпова С.В., Захаренко И.К.**

**Программа государственной итоговой аттестации**  
для студентов, обучающихся по направлению подготовки  
38.03.02 «Менеджмент»  
Профиль «Маркетинг»

*Рекомендовано Ученым советом Факультета экономики и финансов  
топливно-энергетического комплекса и Факультета логистики  
(протокол № 5 от 21 января 2020 г.)*

*Одобрено заседанием кафедры «Логистика и маркетинг»  
(протокол № 6 от 19 ноября 2019 г.)*

Москва 2019

**Перечень компетенций,  
подлежащих оценке в ходе государственной итоговой аттестации по  
направлению «Менеджмент», профиль «Маркетинг», 2018-2020 года  
приема**

| Код и наименование компетенции  | Форма государственной итоговой аттестации, в рамках которой проверяется сформированность компетенции |
|---|--|
| 1   | 2  |
| Способность к восприятию межкультурного разнообразия общества, в социально-историческом, этическом и философских контекстах, анализу и мировоззренческой оценке происходящих процессов и закономерностей (УК-1) | выпускная квалификационная работа  |
| Способность применять нормы государственного языка Российской Федерации в устной и письменной речи в процессе личной и профессиональной коммуникаций (УК-2)   | выпускная квалификационная работа  |
| Способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного общения, учебной и профессиональной деятельности (УК-3)   | государственный экзамен  |
| Способность использовать прикладное программное обеспечение при решении профессиональных задач (УК-4)   | государственный экзамен  |
| Способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (УК-5)  | выпускная квалификационная работа  |
| Способность применять методы физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной  |  |

|  |  |
|--|--|
| деятельности<br>(УК-6)   |  |
| Способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, владеть основными методами защиты от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (УК-7) | государственный экзамен                                      |
| Способность и готовность к самоорганизации, продолжению образования, к самообразованию на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-8)                                 | выпускная квалификационная работа                            |
| Способность к индивидуальной и командной работе, социальному взаимодействию, соблюдению этических норм в межличностном профессиональном общении (УК-9)                             | выпускная квалификационная работа                            |
| Способность осуществлять поиск, критически анализировать, обобщать и систематизировать информацию, использовать системный подход для решения поставленных задач (УК-10)            | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| Способность к постановке целей и задач исследований, выбору оптимальных путей и методов их достижения (УК-11)  | выпускная квалификационная работа                            |
| Владение основными научными понятиями и категориями экономики и управленческой науки и способность к их применению при решении профессиональных задач (ПКН-1)                      | выпускная квалификационная работа                            |
| Способность применять математические методы для решения стандартных профессиональных задач, интерпретировать полученные математические результаты (ПКН-2)                          | выпускная квалификационная работа                            |

|  |  |
|--|--|
| Способность применять инструменты прогнозирования, методы планирования и выработки управленческих решений, а также использовать способы обеспечения координации и контроля деятельности организации (ПКН-3)  | выпускная квалификационная работа                            |
| Владение основными теориями управления человеческими ресурсами и формирования организационной культуры, а также принципами построения компенсационных систем для решения управленческих задач (ПКН-4)        | государственный экзамен                                      |
| Владение основами финансового учета и отчетности, а также принципами управленческого учета в целях использования данных учета для принятия управленческих решений (ПКН-5)                                    | государственный экзамен                                      |
| Способность применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию (ПКН-6)                         | государственный экзамен                                      |
| Способность выявлять и реализовывать рыночные возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования (ПКН-7)  | выпускная квалификационная работа                            |
| Владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации с учетом запросов и интересов различных заинтересованных сторон | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |

|   |  |
|---|--|
| (ПКН-8)   |  |
| Способность анализировать бизнес-процессы, а также участвовать в управлении проектами, включая проекты внедрения инноваций, организационных изменений и реорганизации бизнес-процессов (ПКН-9)  | государственный экзамен                                      |
| Владение методами количественного и качественного анализа информации, а также навыками построения моделей, применяя для анализа, моделирования и поддержки принятия решений современные информационные технологии и программные средства, включая инструменты бизнес-аналитики, обработки и анализа данных (ПКН-10) | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| Способность анализировать рыночные и специфические риски при решении задач управления организацией (ПКН-11)   | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| Способность практического использования современных концепций управления маркетинговой деятельностью организаций (ПКП-1);   | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| Способность проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений (ПКП-2);   | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| Способность разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены,  | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |

|   |  |
|---|--|
| осуществлять корректировку цены на основе исследования рыночной конъюнктуры (ПКП-3);  |  |
| Способность разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг (ПКП-4);                                   | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| Способность разрабатывать коммуникационные системы и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами (ПКП-5). | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |

**Перечень компетенций,  
подлежащих оценке в ходе государственной итоговой аттестации по  
направлению «Менеджмент», профиль «Маркетинг», 2017 года приема:**

| Код и наименование компетенции  | Форма государственной итоговой аттестации, в рамках которой проверяется сформированность компетенции |
|---|--|
| 1   | 2  |
| способность использовать основы философских знаний и основные научные законы для формирования мировоззренческой позиции и в профессиональной деятельности (ОНК-1) | выпускная квалификационная работа  |
| владением культурой мышления, способность анализировать этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОНК-2)       | выпускная квалификационная работа  |
| владение нормами русского литературного языка в устной и  | государственный экзамен<br>выпускная квалификационная работа   |

|  |  |
|--|--|
| письменной речи в процессе личной, межкультурной и профессиональной коммуникаций (ИК-1)  |  |
| способность работать на компьютере с использованием современного общего и профессионального прикладного программного обеспечения для решения профессиональных задач (ИК-2) | государственный экзамен<br>выпускная квалификационная работа |
| владение основными методами, способами и средствами получения, хранения и обработки информации (ИК-3)  | выпускная квалификационная работа                            |
| способность оформлять аналитические и отчетные материалы по результатам выполненной работы (ИК-4)  | выпускная квалификационная работа                            |
| способность применять методики расчетов и основные методы исследований (ИК-5)  | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного и межкультурного общения и учебной деятельности (ИК-6)                           | выпускная квалификационная работа                            |
| способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (ИК-7)   | выпускная квалификационная работа                            |
| владение методами физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ИК-8)  | выпускная квалификационная работа                            |
| владение основными методами первой помощи и защиты от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ИК-9)   | выпускная квалификационная работа                            |
| способность и готовность к продолжению образования, к самообразованию и  | государственный экзамен<br>выпускная квалификационная работа |

|  |  |
|--|--|
| самоорганизации (СЛК-1)  |  |
| готовность к индивидуальной и командной работе, соблюдению этических норм, толерантному восприятию этнических, конфессиональных и культурных различий в межличностном профессиональном общении (СЛК-2) | выпускная квалификационная работа                            |
| способность находить, предлагать и обосновывать варианты управленческих решений и нести за них ответственность (СЛК-3)   | выпускная квалификационная работа                            |
| способность применять полученные знания на практике (СК-1)   | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| способность анализировать, обобщать и систематизировать информацию (СК-2)  | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| способность к постановке целей и задач исследований, выбору оптимальных путей и методов их достижения (СК-3)   | выпускная квалификационная работа                            |
| владение основными научными понятиями и категориями экономики и управленческой науки и способность к их применению в различных сферах деятельности (ПКН-1)   | выпускная квалификационная работа                            |
| способность применять инструменты прогнозирования, методы планирования, а также способы обеспечения координации и контроля деятельности организации (ПКН-2)  | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| способность применять математические методы для решения стандартных профессиональных задач, интерпретировать полученные математические результаты (ПКН-3)  | выпускная квалификационная работа                            |



|  |  |
|--|--|
| <p>владение основными теориями управления человеческими ресурсами и формирования организационной культуры, а также принципами построения компенсационных систем для решения управленческих задач (ПКН-4)</p> | <p>выпускная квалификационная работа<br/>государственный экзамен</p> |
| <p>владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации (ПКН-5)</p>  | <p>выпускная квалификационная работа<br/>государственный экзамен</p> |
| <p>способность применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию (ПКН-6)</p>                  | <p>выпускная квалификационная работа</p>                             |
| <p>способность анализировать бизнес-процессы, а также участвовать в управлении проектами, включая проекты внедрения инноваций, организационных изменений и реорганизации бизнес-процессов (ПКН-7)</p>        | <p>выпускная квалификационная работа<br/>государственный экзамен</p> |
| <p>способность выявлять и анализировать запросы заинтересованных сторон, участвовать в выработке решений, обеспечивающих сбалансированный учет их предложений и интересов(ПКН-8)</p>                         | <p>выпускная квалификационная работа</p>                             |
| <p>владение методами количественного и качественного анализа информации, а также навыками построения моделей при решении задач управления организацией (ПКН-9)</p>   | <p>выпускная квалификационная работа<br/>государственный экзамен</p> |
| <p>владение основами финансового</p>   | <p>государственный экзамен</p>                                       |

|  |  |
|--|--|
| учета и отчетности, а также принципами управленческого учета в целях использования данных учета для принятия управленческих решений (ПКН-10)   |  |
| умение анализировать рыночные и специфические риски при решении задач управления организацией (ПКН-11)   | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| способность выявлять и реализовывать предпринимательские возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования (ПКН-12)  | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| владение базовыми теоретическими знаниями и практическими профессиональными навыками управления маркетинговой деятельностью организаций (ПКП-1)  | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| способность проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений (ПКП-2) | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| способность разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цены на основе исследования рыночной конъюнктуры (ПКП-3)   | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| способность разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему  | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |

|  |  |
|--|--|
| товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг (ПКП-4)   |  |
| способность разрабатывать коммуникационные системы и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами (ПКП-5) | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |

**Перечень компетенций,  
подлежащих оценке в ходе государственной итоговой аттестации по  
направлению «Менеджмент», профиль «Маркетинг», 2016 года приема:**

| Код и наименование компетенции   | Форма государственной итоговой аттестации, в рамках которой проверяется сформированность компетенции |
|--|--|
| 1  | 2  |
| владение нормами русского литературного языка в устной и письменной речи в процессе личной, межкультурной и профессиональной коммуникаций (ИК-1) | государственный экзамен<br>выпускная квалификационная работа   |
| способность работать на компьютере с использованием современного общего и профессионального прикладного программного обеспечения (ИК-2)          | государственный экзамен<br>выпускная квалификационная работа   |
| владение основными методами, способами и средствами получения, хранения и обработки информации (ИК-3)  | выпускная квалификационная работа  |
| способность оформлять аналитические и отчетные материалы по результатам выполненной работы (ИК-4)  | выпускная квалификационная работа  |
| способность применять методики расчетов и основные методы  | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен   |

|   |  |
|---|--|
| исследований (ИК-5)   |  |
| способность применять знания иностранного языка на уровне, достаточном для межличностного и учебной деятельности (ИК-6)                                     | выпускная квалификационная работа                            |
| способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (ИК-7)  | выпускная квалификационная работа                            |
| владение методами физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ИК-8)   | выпускная квалификационная работа                            |
| владение основными методами защиты от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ИК-9)  | выпускная квалификационная работа                            |
| способность использовать основные научные законы в профессиональной деятельности (ОНК-1)  | выпускная квалификационная работа                            |
| владение культурой мышления, способностью к восприятию, анализу и мировоззренческой оценке происходящих процессов и закономерностей (ОНК-2)                 | выпускная квалификационная работа                            |
| владение основными научными понятиями и категориями экономики и управленческой науки и способность к их применению (ПКН-1)                                  | выпускная квалификационная работа                            |
| способность применять инструменты прогнозирования, методы планирования, а также способы обеспечения координации и контроля деятельности организации (ПКН-2) | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| способность применять математические методы для решения стандартных профессиональных задач, интерпретировать полученные математические результаты           | выпускная квалификационная работа                            |

|   |  |
|---|--|
| (ПКН-3)   |  |
| владение основными теориями управления человеческими ресурсами и формирования организационной культуры, а также принципами построения компенсационных систем для решения управленческих задач (ПКН-4) | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| владение навыками стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации (ПКН-5)  | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| способность применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию (ПКН-6)                  | выпускная квалификационная работа                            |
| способность анализировать бизнес-процессы, а также участвовать в управлении проектами, включая проекты внедрения инноваций, организационных изменений и реорганизации бизнес-процессов (ПКН-7)        | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| способность выявлять и анализировать запросы заинтересованных сторон, участвовать в выработке решений, обеспечивающих сбалансированный учет их предложений и интересов(ПКН-8)                         | выпускная квалификационная работа                            |
| владение методами количественного и качественного анализа информации, а также навыками построения моделей при решении задач управления организацией (ПКН-9)   | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |

|   |  |
|---|--|
| <p>владение основами финансового учета и отчетности, а также принципами управленческого учета в целях использования данных учета для принятия управленческих решений (ПКН-10)</p>   | <p>государственный экзамен</p>                                       |
| <p>умение анализировать рыночные и специфические риски при решении задач управления организацией (ПКН-11)</p>   | <p>выпускная квалификационная работа<br/>государственный экзамен</p> |
| <p>способность выявлять и реализовывать предпринимательские возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования (ПКН-12)</p>  | <p>выпускная квалификационная работа<br/>государственный экзамен</p> |
| <p>владение базовыми теоретическими знаниями и практическими профессиональными навыками управления маркетинговой деятельностью организаций (ПКП-1)</p>  | <p>выпускная квалификационная работа<br/>государственный экзамен</p> |
| <p>способность проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений (ПКП-2)</p> | <p>выпускная квалификационная работа<br/>государственный экзамен</p> |
| <p>способность разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цены на основе исследования рыночной конъюнктуры (ПКП-3)</p>   | <p>выпускная квалификационная работа<br/>государственный экзамен</p> |
| <p>способность разрабатывать</p>  | <p>выпускная квалификационная работа</p>                             |

|  |  |
|--|--|
| сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг (ПКП-4)   | государственный экзамен                                      |
| способность разрабатывать коммуникационные системы и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами (ПКП-5) | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| способность применять полученные знания на практике (СК-1)   | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| способность анализировать, обобщать и систематизировать информацию (СК-2)  | выпускная квалификационная работа<br>государственный экзамен |
| способность к постановке целей и задач исследований, выбору оптимальных путей и методов их достижения (СК-3)   | выпускная квалификационная работа                            |
| способность и готовность к продолжению образования и к самообразованию (СЛК-1)   | государственный экзамен<br>выпускная квалификационная работа |
| готовность к индивидуальной и командной работе, соблюдению этических норм, в межличностном профессиональном общении (СЛК-2)  | выпускная квалификационная работа                            |
| способность предлагать и обосновывать варианты управленческих решений (СЛК-3)  | выпускная квалификационная работа                            |

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования

«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»  
(Финансовый университет)

Кафедра «Логистика и маркетинг»

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор

\_\_\_\_\_ М.А. Эскиндаров

« 24 » января 2020 г.

**Карпова С.В., Захаренко И.К.**

**Программа государственного экзамена**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Маркетинг»

*Рекомендовано Ученым советом Факультета экономики и финансов  
топливно-энергетического комплекса и Факультета логистики  
(протокол № 05 от 21 января 2020 г.)*

*Одобрено заседанием кафедры «Логистика и маркетинг»  
(протокол № 06 от 19 ноября 2019 г.)*

Москва 2019



УДК 334.7(078)

ББК 65.290.5я73

К 26

Рецензенты:

Синяева И.М. – д.э.н., профессор кафедры «Логистики и маркетинга» Финансового университета при Правительстве РФ.

Карпова С.В., Захаренко И.К. Программа государственного экзамена по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг». Квалификация (степень) – бакалавр (очная и заочная формы обучения). - М.: Финансовый университет, 2019. - 21 с.

Программа государственного экзамена по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг» (очная и заочная формы обучения) соответствует требованиям Образовательного стандарта высшего образования федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» по направлению подготовки «Менеджмент», утвержденным приказом Финуниверситета от 30.12.2014 №2571/о (с изменениями, внесенными приказами Финуниверситета от 30.11.2015 № 2575/о, 10.10.2016 № 1932/о, 07.12.2016 № 2389/о).

Программа содержит перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен, соответствующий теоретическому материалу, а также примеры комплексных профессионально-ориентированных заданий, перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену, рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену, критерии оценки результатов сдачи государственного экзамена.

© Финансовый университет, 2019

© Карпова С.В. 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

|   |    |
|---|----|
| ВВЕДЕНИЕ  | 19 |
| 1. Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен. Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену. | 4  |
| 2. Примеры комплексных профессионально-ориентированных заданий  | 31 |
| 3. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену   | 34 |
| 4. Критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов  | 34 |

## **ВВЕДЕНИЕ**

В соответствии с Образовательным стандартом высшего образования федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего профессионального образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» по направлению подготовки «Менеджмент», утвержденным приказом Финуниверситета от 30.12.2014 №2571/о (с изменениями, внесенными приказами Финуниверситета от 30.11.2015 № 2575/о, 10.10.2016 № 1932/о, 07.12.2016 № 2389/о) государственный экзамен, как форма итоговой государственной аттестации, направлен на установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников бакалавриата требованиям образовательного стандарта.

Программа государственного экзамена по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг» (очная и заочная формы обучения) в соответствии с приказом Финуниверситета № 0782/0 от 13 апреля 2017 года «Об утверждении Порядка разработки и утверждения образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата и программ магистратуры в Финансовом университете».

### **1. Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен.**

#### **Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену**

##### **1.1. Вопросы на основе содержания общепрофессиональных и профессиональных дисциплин направления подготовки**

1. Функции менеджмента – планирование, организация, мотивация и контроль.
2. Развитие управленческой науки. Школы управления.
3. Типы организационных структур, их характеристики. Формальные и неформальные организационные структуры, департаментализация.

4. Понятие внешней среды: основные характеристики и параметры измерения. Стратегический анализ и диагностика внешней среды (5 сил Портера, PEST) Стратегии адаптации организации к внешней среде
5. Системный подход к исследованию организаций. Открытые и закрытые организационные системы. Организация как социально-экономическая система.
6. Организационная культура: понятие, основные функции. Роль организационной культуры при разработке и принятии управленческих решений.
7. Коммуникации в организации и их виды. Элементы коммуникационного процесса. Оценка эффективности инструментов коммуникационной политики.
8. Комплекс функций маркетинга. Роль маркетинга в повышении конкурентоспособности компании.
9. Виды маркетинговых исследований. Использование полученной информации для формирования стратегии фирмы.
10. Жизненный цикл товара (ЖЦТ) как основа товарной политики фирмы.
11. Ценообразование и ценовая политика компании. Влияние ценовой политики на показатели деловой активности компании.
12. Этапы создания бренда. Влияние бренда на капитализацию компании.
13. Сбытовая деятельность фирмы: способы организации и каналы распределения. Сбытовые стратегии и их влияние на формирование себестоимости и прибыли, исходя из различных методов учета себестоимости.
14. Система управления персоналом организации: основные функции, современные концепции развития персонала. Формы и методы планирования и оценки персонала.
15. Мотивация, стимулирование и оплата труда персонала. Виды и методы стимулирования работников с разными типами трудовой мотивации. Анализ затрат на содержание и развитие персонала.
16. Сущность и особенности стратегических решений, их роль в функционировании и развитии компании. Управленческий учет как информационная база принятия стратегических решений.

17. Стратегический процесс: анализ внешней и внутренней среды; формирование стратегии и ее реализация. SWOT- анализ.
18. Иерархия стратегий организации. Базовые корпоративные стратегии: роста, стабилизации, выживания, сокращения.
19. Портфельный анализ. Матрица БКГ, Мак Кинзи. Ограничения матричного метода.
20. Модели и методы процесса принятия решения. Качественные и количественные методы и применение моделирования при разработке управленческих решений.
21. Функции финансов. Финансово-кредитные инструменты для улучшения использования производственных ресурсов.
22. Основные показатели оценки финансового состояния компании. Влияние социальной ответственности на финансовый результат компании.
23. Состав и структура активов организации. Оценка основных и оборотных активов. Финансовая политика организации.
24. Управление запасами и дебиторской задолженностью. Показатели оборачиваемости и их влияние на финансовые показатели компании.
25. Бюджетирование и финансовое планирование в компании. Взаимосвязь с бизнес-планированием в компании.

**Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену**

**Законодательные и нормативные акты:**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации Часть 1. Часть 2. Часть 4 (с посл. изм.)
2. Федеральный закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» 27.07.2006 № 149-ФЗ (с изм. и доп.).

***Основная литература:***

1. Экономика фирмы: учебное пособие / Е.В. Арсенова [и др.];

Финуниверситет ; под ред. проф. А.Н. Ряховской. - Москва: Магистр, 2014, 2015. - 511 с. - (Бакалавриат). - То же. - 2014. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/438356> (Дата обращения : 26.11.2019). - Текст: электронный.

2. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет: учебник для студентов, обучающихся по направлению "Экономика и управление" / М.А. Вахрушина; Финуниверситет - Москва: Кнорус, 2019. - 392 с. - (Бакалавриат). – Текст : непосредственный. – То же. – ЭБС BOOK.ru. – URL: <https://www.book.ru/book/931509> (Дата обращения: 07.09.2019). – Текст : электронный.

3. Корпоративная социальная ответственность: учебник для студ. вузов, обуч. по напр. "Менеджмент" (квалиф. (степень) "Бакалавр") / Финуниверситет ; под ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова. - Москва: Кнорус, 2016. - 316 с. - (Бакалавриат). - Текст: непосредственный. - То же. - 2018. - ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://www.book.ru/book/927771> (дата обращения: 19.11.2019). — Текст : электронный.

4. Литвинюк А.А. Организационное поведение: учебник для бакалавров / А.А. Литвинюк; Российский гос. торгово-экономический ун-т (РГТЭУ). - Москва: Юрайт, 2012, 2013. - 505 с. - Текст: непосредственный.

Литвинюк, А. А. Организационное поведение : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. А. Литвинюк. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 527 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ЭБС Юрайт. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/425237> (дата обращения: 12.11.2019). - Текст : электронный.

5. Методы принятия управленческих решений (в схемах и таблицах ) : учебное пособие для студ.вузов, обуч. по напр. подгот. 081100 "Государственное и муниципальное управление" (степень "бакалавр") / под ред. И.Ю. Беляевой, О.В. Паниной; Финуниверситет. - Москва: Кнорус, 2014. - 232 с. - Текст: непосредственный. - То же. - 2018. - ЭБС BOOK.ru. - URL:

<https://book.ru/book/926731> (дата обращения: 26.09.2019). — Текст : электронный.

6. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии: учебник для студ. вузов, обуч. по экон. спец. / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд; пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. - Москва: Банки и биржи: ЮНИТИ, 1998. - 576 с. - Текст: непосредственный. - То же. - 2017. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028918> (Дата обращения : 26.11.2019). - Текст: электронный.

7. Блинов А.О. Управление изменениями: учебник для студ. вузов, обуч. по напр. подг. "Менеджмент" (квалиф. "бакалавр") / А.О. Блинов, Н.В. Угрюмова. - Москва: Дашков и К, 2015. - 304 с. - Текст: непосредственный. - То же. - 2017. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/450815> (Дата обращения : 26.11.2019). - Текст: электронный.

8. Финансовый менеджмент: учебник для студ. вузов, обуч. по спец."Финансы и кредит", "Бух. учет, анализ и аудит" / Е.И. Шохин [и др.]; под ред. Е.И. Шохина. - Москва: Кнорус, 2015, 2016. - 475 с. - Текст: непосредственный. - То же. - 2019. - ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://www.book.ru/book/931931> (дата обращения: 26.11.2019). - Текст: электронный.

9. Морозко Н.И. Финансовый менеджмент: учебное пособие / Н.И. Морозко, В.Ю. Диденко. - Москва: Инфра-М, 2013. - 224 с. - Текст : непосредственный. - То же. - 2014. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL : <http://znanium.com/catalog/product/420363> (Дата обращения: 26.11.2019). - Текст : электронный.

#### ***Дополнительная литература:***

10. Арсенова Е.В. Экономика фирмы: схемы, определения, показатели :

справочное пособие / Е.В. Арсенова, О.Г. Крюкова. - Москва: Магистр : ИНФРА-М, 2014. - 246 с. - Текст: непосредственный. - То же. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/432788> ( Дата обращения : 26.11.2019). - Текст: электронный.

11. Балдин К.В. Управленческие решения : учебник для бакалавров/ К.В. Балдин, С.Н. Воробьев, В.Б. Уткин. - 8-е изд. - Москва: Дашков и К, 2018. - 496 с. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL : <http://znanium.com/catalog/product/327956> ( Дата обращения : 26.11.2019). - Текст : электронный.

12. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции: монография / Ю.Е. Благов; С.-Петерб. гос. ун-т, Высшая школа менеджмента. - СПб.: Высшая школа менеджмента, 2011. - 272 с. - Текст : непосредственный. - То же. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL : <http://znanium.com/catalog/product/492721> ( Дата обращения : 26.11.2019). - Текст : электронный.

13. Незамайкин В.Н. Финансовый менеджмент: учебник для бакалавров / В.Н. Незамайкин, И.Л. Юрзинова; Финуниверситет. - Москва: Юрайт, 2014. - 467 с. - Текст : непосредственный. - То же. - 2019. - ЭБС Юрайт. - URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/425835> (дата обращения: 26.11.2019). - Текст : электронный.

14. Петров А.М. Учет и анализ: учебник / А.М. Петров, Е.В. Басалаева, Л.А. Мельникова; Финуниверситет ; под ред. А.М. Петрова. - Москва: Курс, 2012, 2013, 2015. - 509 с. -Текст : непосредственный. - То же. - 2015. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL : <http://znanium.com/catalog/product/494543> (Дата обращения : 26.11.2019). - Текст : электронный.

#### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

9. <http://elib.fa.ru/> - Электронная библиотека Финансового университета

10. <http://www.garant.ru> – Сайт правовой системы «Гарант»

11. <http://www.spark-interfax.ru> - Система профессионального анализа



рынков и компаний

12. [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) – Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

## **1.2. Вопросы на основе содержания дисциплин профиля «Маркетинг»**

1. Дайте характеристику комплекса маркетинга, используемого на рынке финансовых услуг.

2. Департамент маркетинга и его роль в стратегическом развитии организации.

3. Коммуникативная политика в системе международного маркетинга. Особенности международного маркетинга в условиях международных санкций.

4. Контроль, оценка и аудит маркетинга.

5. Концепция, функции, цели маркетинговых коммуникаций. Трансформация маркетинговых коммуникаций в условиях цифровой экономики.

6. Маркетинговая среда и ее структура. Влияние международных санкций на деятельность российских организаций.

7. Организации рекламной деятельности и правовые требования к ее осуществлению.

8. Первичная и вторичная маркетинговая информация, источники ее получения.

9. Поведения потребителей: понятие и характеристика основных моделей.

10. Понятие, виды и особенности развития брендинга. Роль бренда в формировании стратегии организации.

11. Понятие, характеристика и особенности применения маркетинговой информационной системы (МИС).

12. Разновидности PR-документов для СМИ. Методы написания и предоставления.

13. Раскройте сущность основных методов ценообразования в маркетинге. В каких случаях целесообразно применять затратные методы ценообразования?

14. Раскройте сущность связей с общественностью (PR) как элемента маркетинговых коммуникаций организации. Проанализируйте как меняется содержание PR-мероприятий при продвижении товаров отечественных производителей в условиях импортозамещения.

15. Сегментация рынка: понятие, признаки и критерии, процесс проведения.

16. Стимулирование сбыта и продаж. Методы и приемы увеличения продаж в условиях неустойчивости.

17. Стратегии распределения в маркетинге: характеристика, классификация, особенности применения.

18. Стратегические задачи маркетинговых коммуникаций.

19. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии.

20. Сущность b2b маркетинга, основные инструменты.

21. Сущность маркетинговых исследований и их роль в обеспечении информационно-аналитических потребностей организации.

22. Управление маркетингом на корпоративном, функциональном и инструментальном уровнях.

23. Формирование ассортиментной политики. Сущность и преимущества применения категорийного менеджмента.

24. Стратегии управления продуктом: цели, задачи, уровни.

25. Стратегии управления продажами.

26. Мультиатрибутивная модель продукта; сущность и основные подходы к построению.

27. Позиционирование продукта: понятие, признаки и критерии, процесс проведения.

28. Франчайзинг: понятие и его роль в организации каналов распределения.

29. Эволюция концепций маркетинга. Интернет-маркетинг и традиционный маркетинг: сходства и различия.

## **Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену**

### ***Нормативные правовые акты***

1. Гражданский кодекс Российской Федерации.
2. Федеральный закон РФ N 135-ФЗ от 26.07.2006 «О защите конкуренции» (с изменениями и дополнениями).
3. Федеральный закон РФ № 70-ФЗ. от 06 мая 1998 г. «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (с изменениями и дополнениями).
4. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями).
5. Федеральный закон РФ № 70-ФЗ. от 06 мая 1998 г. «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (с изменениями и дополнениями).
6. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями).
7. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изменениями и дополнениями).
8. Федеральный закон от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» (с учетом дополнений и изменений).
9. Федеральный закон от 21.12.2013 № 353-ФЗ (с изм. и доп.) «О потребительском кредите (займе)».
10. Закон РФ от 27.11.1992 N 4015-1 (с изм. и доп.) «Об организации страхового дела в Российской Федерации».

### ***Основная литература:***

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для академич. бакалавриата / С.В. Карпова [и др.]; под общ. ред. С.В. Карповой, С.В. Мхитарян. - Москва: Юрайт, 2017, 2019. - 404 с. - Текст: непосредственный. - То

же. - 2019. - ЭБС Юрайт. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433737> (дата обращения: 18.09.2019). - Текст : электронный.

2. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для бакалавров, обуч. по экономич. напр. и спец. / Финуниверситет ; Российская ассоциация маркетинга ; колл. авт. под общ. ред. С.В. Карповой. - Москва: Юрайт, 2015. - 408 с. - Текст: непосредственный. - То же. - 2019. - ЭБС Юрайт. - URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/425233> (дата обращения: 23.09.2019). - Текст: электронный.

3. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для академического бакалавриата, обуч. по экономич. напр. и спец. / Финуниверситет ; колл. авт. под общ. ред. С.В. Карповой. - Москва: Юрайт, 2014, 2019. - 367 с. - Текст непосредственный. - То же. - 2019. - ЭБС Юрайт. - URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432127> (дата обращения: 10.09.2019). - Текст электронный.

4. Маркетинг. Практикум: учебное пособие для академического бакалавриата / Финуниверситет ; колл. авт. под общ. ред. С.В. Карповой. - Москва: Юрайт, 2014, 2015. - 326 с. - (Бакалавр. Академический курс). — Текст: непосредственный. - То же. - 2019. - ЭБС Юрайт. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432769> (дата обращения: 16.10.2019). - Текст: электронный.

5. Поведение потребителей: учебник для студ. высш. учебн. завед. обуч. по напр. 38.03.02. "Менеджмент" квал. "бакалавр" / Н.П. Бугакова [и др.]; Финуниверситет ; под ред. О.Н. Романенковой. - Москва: Вузовский учебник, 2015. - 320 с. - Текст : непосредственный. - То же. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/485432> (дата обращения: 15.10.2019). – Текст : электронный.

6. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для бакалавров / Финуниверситет ; под общ. ред. О.Н. Романенковой. - Москва: Юрайт, 2014. - 315 с. - (Бакалавр. Академический курс). – Текст : непосредственный. - То же. -

2019. - ЭБС Юрайт. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/425984> (дата обращения: 16.10.2019). - Текст : электронный.

7. Тюрин Д.В. Маркетинговые исследования. Организация и проведение в компании: учебник для бакалавров / Д.В. Тюрин; НИУ ВШЭ. - Москва: Юрайт, 2013. - 342 с. - Текст : непосредственный. – То же. – 2019. – ЭБС Юрайт. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/425844> (дата обращения: 10.09.2019). - Текст: электронный.

#### *Дополнительная литература:*

8. Инновационный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры / С.П. Азарова [и др.]; Финуниверситет; под ред. С.В. Карповой. - Москва: Юрайт, 2016. - 458 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). - Текст: непосредственный. - То же. - 2019. - ЭБС Юрайт. - URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432149> (дата обращения: 06.12.2019). - Текст: электронный.

9. Интернет-маркетинг: учебник для академического бакалавриата / О.Н. Жильцова, О.А. Артемьева, Д.А. Жильцов [и др.]; под общ. ред. О.Н. Жильцовой. - Москва: Юрайт, 2019 - 302 с. - Бакалавр. Академический курс. - Текст: непосредственный. — То же. - ЭБС Юрайт. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432128> (дата обращения: 14.11.2019). - Текст : электронный.

10. Карпова С.В. Брендинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С.В. Карпова, И.К. Захаренко; Финуниверситет ; под общ. ред. С.В. Карповой. - Москва: Юрайт, 2014, 2015. - 439 с.- Текст: непосредственный. - То же. - 2019. - ЭБС Юрайт. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/425989> (дата обращения: 22.11.2019). - Текст : электронный.

11. Карпова С.В. Рекламное дело: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С.В. Карпова; Финуниверситет. - Москва: Юрайт, 2014. - 431 с. - Текст: непосредственный. - То же - 2019. - ЭБС Юрайт. - URL:

<https://www.biblio-online.ru/bcode/425227> (дата обращения: 14.11.2019). - Текст: электронный.

12. Синяева И.М. Маркетинг в коммерции: учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев; под ред. Л.П. Дашкова. - Москва: Дашков и К, 2012, (2011). - 548 с. – Текст : непосредственный. - То же. - 2016. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/415418> (дата обращения: 07.12.2019). - Текст : электронный.

13. Синяева И.М. Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, Д.А. Жильцов; Финуниверситет. - Москва: Юрайт, 2013, 2014. - 552 с. - (Бакалавр. Академический курс). - Текст: непосредственный. - То же. - 2019. - ЭБС Юрайт. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/425190> (дата обращения: 18.10.2019). - Текст: электронный.

#### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. Сайт правовой системы «Консультант Плюс» – <http://www.consultant.ru/>

2. Электронная библиотека Финансового университета – <http://www.elib.fa.ru/>

3. Каталог франшиз – <http://www.franchay.ru/>

4. Система профессионального анализа рынков и компаний – <http://www.spark-interfax.ru/>

5. Сайт правовой системы «Гарант» – <http://www.garant.ru/>

6. Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека – <http://www.rospotrebnadzor.ru/>

7. Электронно-библиотечная система «ИНФРА-М» – <http://www.znanium.com/>

8. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru/>

9. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>

10. База информационных материалов электронных и печатных средств массовой информации Public.ru <http://public.ru/>

11. Электронная библиотека <http://grebennikon.ru/>

## 2. Примеры практико-ориентированных заданий

### Задание 1.

В Москве действует узкоспециализированная торговая организация, которая продает три категории товаров. Данные об объеме продаж и цене товаров представлены в табл. 1. Руководство организации за отчетный период в основном работало с ключевыми клиентами. В 2019 году планируется расширение клиентской базы.

Таблица 1. Характеристика объема продаж торгового предприятия

| Категории товаров | Продано, ед.       |                    | Цена за ед., руб.  |                    |
|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|                   | в базисном периоде | в отчетном периоде | в базисном периоде | в отчетном периоде |
| А                 | 150                | 140                | 150                | 200                |
| Б                 | 255                | 270                | 250                | 230                |
| В                 | 350                | 370                | 100                | 150                |

*Задание:*

1. Рассчитайте индексы: товарооборота, физического объема товарооборота, цен постоянного состава, цен переменного состава.

2. Сделайте выводы об эффективности деятельности организации за анализируемый период и о тенденциях изменения товарооборота по категориям товаров.

### Задание 2.

Отделом маркетинга производителя легковых автомобилей проведено исследование, результаты которого представлены в таблице.

Таблица 1. Объем продаж автомобилей, тыс. шт.

| Годовой доход семьи, тыс. руб. | Объем продаж, тыс. шт., в зависимости от возраста покупателей, лет |       |       |       |       |       |
|--------------------------------|--|-------|-------|-------|-------|-------|
|                                | 20-25  | 26-30 | 31-40 | 41-50 | 51-60 | Свыше |
|                                |  |       |       |       |       |       |

|           |    |    |    |    |    |    |
|-----------|----|----|----|----|----|----|
|           |    |    |    |    |    | 60 |
| До 50     | 9  | 10 | 7  | 9  | 9  | 25 |
| 60-100    | 15 | 22 | 15 | 12 | 12 | 8  |
| 110—150   | 18 | 48 | 40 | 36 | 19 | 9  |
| 160—200   | 6  | 23 | 36 | 35 | 15 | 3  |
| 210—250   | 2  | 9  | 16 | 18 | 8  | 3  |
| Свыше 250 | -  | -  | 5  | 5  | 3  | -  |

*Задание:*

Каковы приоритетные для этой компании сегменты исходя из данных, приведенных в таблице 1? Ответьте на следующие вопросы:

1. Выполните сегментирование рынка по двум критериям (возрасту и годовому доходу покупателей).
2. Представьте решение графически.
3. Определите границы целевого рынка и его долю в совокупном объеме продаж. За критерий минимального объема продаж следует взять 15 тыс. автомобилей.
4. Выберите сегменты, на которые предприятию следует направить максимальные усилия и ресурсы.

### **Задание 3.**

К владельцу франшизы розничного специализированного розничного предприятия, реализующему детскую одежду, обратились два потенциальных покупателя франшизы из региона, в котором планируется заключить только один договор коммерческой концессии. Правообладатель заинтересован в работе только с одним франчайзи на данной территории, помогите ему выбрать партнера по бизнесу, если известно, что финансовое положение обоих предпринимателей одинаковое.

*Задание:*

1. Назовите критерии выбора партнера по бизнесу.
2. Составьте портрет «идеального» франчайзи, обоснуйте Ваше мнение.

### **Задание 4.**

Сеть автомобильных заправок имеет на местном рынке четырех крупных конкурентов.



Клиентам, помимо основной услуги, организация предлагает услуги по ремонту автотранспорта, продовольственные товары, товары первой необходимости. Сеть заправочных станций организации расположена, преимущественно, вне городской черты у крупных населенных пунктов.

Организация имеет договоры на обслуживание с двумя автотранспортными организациями, работающими в регионе.

*Задание:*

1. Дайте характеристику факторов маркетинговой среды, которые могут повлиять на работу организации.

2. Опишите целевые сегменты, на которые может ориентироваться организация. В чем их преимущества и недостатки?

### **Задание 5.**

Перед руководством коммерческой организации стоит задача выбора одного перевозчика для осуществления поставки товаров в магазины сети до открытия распределительного центра.

Таблица 1. Показатели качества транспортных услуг

| Перевозчик | Коэффициент удовлетворения установленного спроса по объему перевозок | Коэффициент Ритмичности | Степень сохранности груза | Коэффициент соблюдения сроков доставки |
|------------|--|-------------------------|---------------------------|--|
| Первый     | 0,90   | 0,85                    | 0,78                      | 0,82                                   |
| Второй     | 0,83   | 0,87                    | 0,80                      | 0,84                                   |
| Третий     | 0,78   | 0,89                    | 0,83                      | 0,79                                   |

*Задание:*

Определите, какого из перевозчиков выберет руководство торговой организации, если известно, что при одинаковой цене за перевозку, они оказывают услуги различного качества (табл. 1). При выборе перевозчика основное внимание уделяется сохранности груза, на втором месте по важности для него находится ритмичность перевозок. Обоснуйте Ваш ответ.

### **3. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену**

Подготовку к сдаче государственного экзамена необходимо начать с ознакомления с перечнем вопросов, выносимых на государственный экзамен. Пользуйтесь при подготовке ответов рекомендованной обязательной и дополнительной литературой, а также лекционными конспектами, которые вы составляли.

Во время подготовки к экзамену рекомендуется помимо лекционного материала, учебников, рекомендованной литературы просмотреть также выполненные в процессе обучения задания для индивидуальной и самостоятельной работы, задачи, лабораторные и курсовые работы.

При подготовке целесообразно делать выписки и записи на отдельных листах бумаги с пометкой номера вопроса или темы.

При необходимости в процессе подготовки ответа на вопросы необходимо отмечать изменения, которые произошли в законодательстве, увязывать теоретические проблемы с практикой сегодняшнего дня и опытом, полученным в период прохождения практики.

В случае возникновения трудностей при подготовке к государственному экзамену обращайтесь к преподавателю за соответствующими разъяснениями. Обязательным является посещение консультаций и обзорных лекций, которые проводятся перед государственным экзаменом.

### **4. Критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов**

*Критерии оценки знаний выпускников в ходе ответов на теоретические вопросы:*

Максимальное количество баллов (5 баллов) за ответ на теоретический вопрос экзаменационного билета ставится, если студент глубоко и полно раскрывает теоретические и практические аспекты вопроса, проявляет творческий подход к его изложению, и демонстрирует дискуссионность данной проблематики, а также глубоко и полно раскрывает дополнительные вопросы.

Количество баллов за ответ на теоретический вопрос экзаменационного билета снижается, если студент недостаточно полно освещает узловые моменты вопроса, затрудняется более глубоко обосновать те или иные положения, а также затрудняется ответить на дополнительные вопросы по данной проблематике.

Минимальное количество баллов (3 балла) за ответ на теоретический вопрос экзаменационного билета ставится, если студент не раскрывает основных моментов вопроса, логика изложения нарушена, ответы не всегда конкретны.

Оценка «неудовлетворительно» (2 балла) выставляется в случае, если материал излагается непоследовательно, не аргументировано, бессистемно, ответы на вопросы выявили несоответствие уровня знаний выпускника требованиям ОС ФУ в части формируемых компетенций, а также дополнительным компетенциям, установленным вузом.

Критерии оценки умений выпускников в ходе решения комплексных профессионально-ориентированных заданий:

- максимальное количество баллов (5 баллов) ставится, если выпускник полностью справился с выполнением комплексного профессионально-ориентированного задания, обосновал полученные результаты;

- количество баллов снижается, если комплексное профессионально-ориентированное задание выполнено, но допускаются неточности в обосновании результатов;

- минимальное количество баллов (3 балла) ставится, если комплексное профессионально-ориентированное задание, в основном, выполнено, намечен правильный ход решения, но допущены ошибки в процессе подсчетов, расчетов и неверно сформулированных выводов;

- оценка «неудовлетворительно» (2 балла) выставляется в случае, если отсутствует ответ на комплексное профессионально-ориентированное задание, либо нет решения, что означает несоответствие уровня подготовки выпускника требованиям к результатам освоения образовательной программы, включая дополнительные профессиональные компетенции, формируемые вузом.

Перед процедурой обсуждения ответов экзаменуемых каждый член государственной экзаменационной комиссии выставляет свою персональную оценку для каждого студента, используя сумму баллов, полученную после заполнения листа оценки студента.

Далее государственная экзаменационная комиссия рассматривает каждого выпускника отдельно: итоговая оценка представляет среднее арифметическое от суммы оценок, выставленных каждым членом комиссии.

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего профессионального образования  
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»  
(ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ)**

**Кафедра «Маркетинга и логистики»**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Зав. кафедрой «Логистика и маркетинг»

\_\_\_\_\_ Ф. Венде  
\_\_\_\_\_ 2019 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО  
ПОДГОТОВКЕ И ЗАЩИТЕ ВЫПУСКНОЙ  
КВАЛИФИКАЦИОННОЙ (БАКАЛАВРСКОЙ) РАБОТЫ**

для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль  
«Маркетинг»

Одобрено кафедрой «Логистика и маркетинг»,  
протокол № 6 от 19 ноября 2019 г.

**Москва 2019**

Рецензент: Синяева И.М., д.э.н., проф. каф. «Маркетинг и логистика»

ПЗ7 Панюкова В.В., Карпова С.В. Методические рекомендации по подготовке и защите выпускной квалификационной (бакалаврской) работы. Для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг».— М.: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, кафедра «Маркетинг и логистика», 2019. — 45 с.

Методические рекомендации разработаны в соответствии с Распоряжением от 25.02.2014 г. №79 «О разработке методических рекомендаций по подготовке и защите выпускных квалификационных работ студентами, обучающимися по программам подготовки бакалавров». В методических рекомендациях изложены цели и задачи выпускной квалификационной (бакалаврской) работы, требования к ее содержанию и оформлению, порядок защиты, приведена примерная тематика дипломных работ.

*Учебное издание*

*Формат 60×90/16. Гарнитура Times New Roman*

*Усл. п.л. \_ . Изд. № \_\_\_\_\_ – 2015. Тираж \_\_\_\_\_ экз.*

*Заказ № \_\_\_\_\_*

Отпечатано в Финансовом университете при Правительстве Российской Федерации

© Панюкова В.В., к.э.н., доцент

© Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

|   |    |
|---|----|
| <u>1. Общие положения. Цель и задачи выпускной квалификационной работы</u>              | 40 |
| <u>2. Определение темы выпускной квалификационной работы</u> .....                      | 46 |
| <u>3. Структура и содержание выпускной квалификационной (бакалаврской) работы</u> ..... | 47 |
| <u>4. Руководство выпускной квалификационной (бакалаврской) работой</u> .....           | 53 |
| <u>5. Порядок подготовки выпускной квалификационной (бакалаврской) работы</u> .....     | 55 |
| <u>6. Требования к оформлению выпускной квалификационной работы</u> .....               | 55 |
| <u>7. Правила подготовки к защите выпускной квалификационной работы</u> .....           | 61 |
| <u>8 . Критерии оценки выпускной квалификационной работы</u> .....                      | 64 |
| <u>Приложение</u> .....   | 67 |

## **1. Общие положения. Цель и задачи выпускной квалификационной работы**

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ВКР) представляет собой заключительный этап учебного процесса и итоговой государственной аттестации выпускника Финуниверситета, обучающегося по программе подготовки бакалавров. По результатам защиты ВКР Государственная аттестационная комиссия выносит решение о присвоении квалификации (степени) «бакалавр» по направлению «Менеджмент», профиль «Маркетинг».

ВКР по направлению «Менеджмент», профиль «Маркетинг» выполняется в форме бакалаврской работы, представляющей собой самостоятельное законченное исследование на заданную (выбранную) тему, написанное лично выпускником под руководством руководителя, свидетельствующее о формировании общекультурных и профессиональных компетенций, позволяющих выпускнику решать профессиональные задачи. Бакалаврская работа должна содержать теоретическую, исследовательскую и практическую части.

В теоретической главе (1 глава) студент должен продемонстрировать знания теоретических положений, моделей и концепций исследуемой проблемы, проанализировать основные подходы к ее решению.

В аналитической части (2 глава) анализируются особенности объекта исследования, а также практические аспекты проблем, рассматриваемых в первой главе ВКР и практический материал, собранный по время производственной (преддипломной) практики.

В практической части (3 глава) перед студентом стоит задача продемонстрировать умение применять полученные навыки и сформированные компетенции для решения практических задач в реализации маркетинговых задач.

В ходе написания ВКР студент обязан показать умение систематизировать, анализировать и обобщать экономическую и управленческую информацию; глубоко и самостоятельно исследовать



конкретную проблему; выдвигать предложения и рекомендации по решению выявленных в ходе практического анализа недостатков деятельности хозяйствующего субъекта посредством разработки соответствующего проекта; проводить экономическое обоснование целесообразности и эффективности реализации маркетингового проекта.

В качестве задач при выполнении ВКР рассматриваются следующие:

- систематизация, закрепление и углубление теоретических и практических знаний в области менеджмента и маркетинга;
- умение применять методические приемы и инструментарий для оценки ресурсопотребления в процессе разработки и внедрения маркетинговых проектов;
- развитие навыков ведения самостоятельной исследовательской работы;
- демонстрация степени подготовленности студента к самостоятельной работе в области менеджмента и маркетинга в современных условиях хозяйствования.

К ВКР предъявляются следующие основные требования:

- высокий теоретический уровень, что достигается посредством изучения теоретических исследований российских и зарубежных авторов, законодательных и нормативных документов, касающихся проблем менеджмента и маркетинга;
- критическое осмысление взглядов российских и зарубежных экономистов по теоретическим и практическим вопросам, умение выдвигать и обосновывать собственное мнение;
- творческий подход к изучаемому фактическому материалу, направленный на выявление мероприятий по совершенствованию маркетинговой стратегии и политики в организации;
- резервов повышения эффективности маркетинговой и рекламной деятельности хозяйствующего субъекта; [2]
- использование статистической и эмпирической информации, ее обработка и подготовка для анализа и оценки;

- самостоятельная проработка направлений совершенствования маркетинговой деятельности в разрезе рассматриваемой проблематики с обоснованием разрабатываемых предложений и выводов.

ВКР, представленная к защите, должна быть изложена с соблюдением принципов логичности, аргументированности, последовательности и основываться на изучении теоретического и фактического материалов, умении аргументировать собственные предложения, правильно пользоваться специальными экономическими терминами.

Подготовка и защита выпускной квалификационной работы обеспечивает формирование следующих компетенций бакалавра по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг», для 2017 года приема:

- Общенаучные компетенции:

- Владение культурой мышления, способность анализировать этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОНК – 2).

- Инструментальные компетенции:

- Владение нормами русского литературного языка в устной и письменной речи в процессе личной, межкультурной и профессиональной коммуникаций (ИК -1).

- Системные компетенции:

- Способность анализировать, обобщать и систематизировать информацию (СК-2).

- Профессиональные компетенции направления:

- Владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации (ПКН-5);

- Способность выявлять и реализовывать предпринимательские возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования (ПКН - 12)

- Профессиональные компетенции профиля:

- владение базовыми теоретическими знаниями и практическими профессиональными навыками управления маркетинговой деятельностью организаций (ПКП-1);

- способность проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений (ПКП -2);

- способность разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цены на основе исследования рыночной конъюнктуры (ПКП - 3);

- способность разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг (ПКП - 4);

- способность разрабатывать и управлять коммуникационными системами, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами (ПКП - 5)

Подготовка и защита выпускной квалификационной работы обеспечивает формирование следующих компетенций бакалавра по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг», для 2018-2020 годов приема:

|                      |   |
|----------------------|---|
| Общенаучные          | Способность к восприятию межкультурного разнообразия общества, в социально-историческом, этическом и философских контекстах, анализу и мировоззренческой оценке происходящих процессов и закономерностей (УК-1) |
| Инструментальные     | Способность применять нормы государственного языка Российской Федерации в устной и письменной речи в процессе личной и профессиональной коммуникаций (УК-2)   |
|                      | Способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (УК-5)  |
| Социально-личностные | Способность и готовность к самоорганизации, продолжению образования, к самообразованию на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-8)  |
|                      | Способность к индивидуальной и командной работе, социальному взаимодействию, соблюдению этических норм в межличностном профессиональном общении (УК-9)  |
| Системные            | Способность осуществлять поиск, критически анализировать, обобщать и систематизировать информацию, использовать   |

|                            |  |
|----------------------------|--|
|                            | <p>системный подход для решения поставленных задач (УК-10)</p> <p>Способность к постановке целей и задач исследований, выбору оптимальных путей и методов их достижения (УК-11)</p>  |
| Теоретико-методологические | <p>Владение основными научными понятиями и категориями экономики и управленческой науки и способность к их применению при решении профессиональных задач (ПКН-1)</p> <p>Способность применять математические методы для решения стандартных профессиональных задач, интерпретировать полученные математические результаты (ПКН-2)</p>  |
| Прикладные                 | <p>Способность применять инструменты прогнозирования, методы планирования и выработки управленческих решений, а также использовать способы обеспечения координации и контроля деятельности организации (ПКН-3)</p> <p>Способность выявлять и реализовывать рыночные возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования (ПКН-7)</p>  |
| Аналитические              | <p>Владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации с учетом запросов и интересов различных заинтересованных сторон (ПКН-8)</p> <p>Владение методами количественного и качественного анализа информации, а также навыками построения моделей, применяя для анализа, моделирования и поддержки принятия решений современные информационные технологии и программные средства, включая инструменты бизнес-аналитики, обработки и анализа данных (ПКН-10)</p> <p>Способность анализировать рыночные и специфические риски при решении задач управления организацией (ПКН-11)</p>  |
| Профессиональные           | <p>способность практического использования современных концепций управления маркетинговой деятельностью организаций (ПКП-1);</p> <p>способность проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений (ПКП-2);</p> <p>способность разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цены на основе исследования рыночной конъюнктуры (ПКП-3);</p> <p>способность разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг (ПКП-4);</p> <p>способность разрабатывать коммуникационные системы и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами (ПКП-5).</p> |

В результате написания выпускной квалификационной (дипломной) работы студенты должны:

знать:

- основы гуманитарных, социально-экономических, математических и естественнонаучных дисциплин для решения профессиональных, социальных, научных и педагогических задач;

- законы функционирования рынка и средств его регулирования;

- тенденции развития спроса, разработки стратегии развития предприятия и тактики его рыночного поведения;

- экономическое регулирование деятельности предприятия;

- методы выявления и формирования новых потребностей, оценки их роли в структуре потребностей различных групп потребителей;

- подходы к разработке товарной и коммуникационной политики фирмы;

- стратегии сбыта, каналы распределения и организацию системы товародвижения и продаж;

- специфику работы предприятия в различных отраслях и сферах деятельности;

уметь:

- анализировать рыночную ситуацию, обеспечивать конкурентоспособность продвигаемых товаров и услуг;

- использовать информационные технологии для решения маркетинговых задач;

- разбираться в аналитических материалах участников рыночных отношений: собственников, кредиторов, поставщиков и покупателей;

- определять степень финансовой устойчивости предприятия и его деловой активности, эффективность предпринимательской деятельности;

- разрабатывать товарную политику предприятия (организации);

- правильно выбирать цели, методы и стратегии ценообразования для внутренних и международных рынков;

- разрабатывать стратегию сбытовой деятельности предприятия (организации);
- создавать систему коммуникаций по продвижению товаров и услуг, формировать имидж предприятия;
- организовать работу службы маркетинга и координировать ее с деятельностью других служб.

**Владеть:**

- методами инструментального анализа, необходимыми для выполнения профессиональных функций;
- навыками осуществления коммуникаций и принятия управленческих решений.

## **2. Определение темы выпускной квалификационной работы**

2.1. Примерный перечень тем ВКР ежегодно разрабатывается (актуализируется) выпускающей кафедрой «Маркетинг и логистика» (приложение 1) .

Тематика ВКР разрабатывается (актуализируется) с учетом:

- современных требований и задач, стоящих перед реальным сектором экономики совместно с представителями организаций - работодателей;
- тематики НИР, бюджетной и хозрасчетной тематики, разрабатываемой в Финансовом университете;
- научных интересов кафедры и студентов; рекомендаций компаний – работодателей.

Разработанные выпускающими кафедрами темы ВКР представляются на заседание кафедры для последующего утверждения.

Кафедры доводят до сведения студентов тематику. Информация размещается на сайте кафедры «Логистика и маркетинг» и на доске объявлений кафедры.

Закрепление выбранной студентом темы осуществляется на основании его личного заявления на имя заведующего кафедрой (приложение 2) .

Студент имеет право предложить собственную тему ВКР, предоставив заявление на имя заведующего кафедрой с обоснованием целесообразности ее разработки. При рассмотрении инициативной темы ВКР студента заведующий кафедрой имеет право ее аргументировано отклонить или, при согласии студента, переформулировать.

На основании заявлений студентов, подписанных заведующими кафедрами, кафедры готовят приказы о закреплении тем ВКР за студентами и назначении научных руководителей ВКР и, при необходимости, консультантов. Закрепление тем ВКР за студентами и назначение научных руководителей осуществляется приказом первого проректора по учебной и методической работе.

2.2. Сроки выбора и утверждения темы ВКР определены приказом Финуниверситета №1817 от 17.10.2017

Изменение темы ВКР возможно не позднее, чем за два месяца, а уточнение темы - не позднее, чем за месяц до предполагаемой даты защиты на основании личного заявления студента, согласованного с руководителем, на имя заведующего кафедрой. Изменение или уточнение темы ВКР студентов утверждается заведующим кафедрой и оформляется приказом ректора Финуниверситета.

### **3. Структура и содержание выпускной квалификационной (бакалаврской) работы**

Структура Выпускной квалификационной работы Структурно выпускная квалификационная работа бакалавра должна включать следующие разделы:

- титульный лист (Приложение 4);
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список литературы;

- приложения.

Объем бакалаврской работы составляет **60-70 страниц, не считая приложения.**

Подготовка к написанию выпускной квалификационной работы начинается с подбора студентом литературных источников по выбранной теме и составления плана. Для поиска литературы необходимо пользоваться советами научного руководителя, библиографическими справочниками, компьютерными каталогами библиотек, информационно-поисковыми системами Интернета и т.д. Одновременно с подбором литературных источников необходимо собирать материалы публичной и внутренней финансово-экономической и управленческой отчетности организации (в том числе базы практики), результаты маркетинговых исследований, прочей коммерческой информации, необходимой для выполнения практической части работы.

*В ВКР обязательно должны быть разделы, связанные с количественным анализом, использованием статистико-математической методологии, пакетов специальных прикладных программ.*

Содержание ВКР, ее цель и задачи согласовываются с руководителем. Формулирование целей и задач ВКР, определение объекта и предмета исследования, а также выбор литературных источников позволяет составить

Задание-график разработки и оформления ВКР (Приложение 3) с указанием этапов работы и очередности их выполнения в соответствии с планом (содержанием) ВКР.

Задание-график и план распечатывается на одном листе с двух сторон. Данный документ оформляется в трех экземплярах, утверждается руководителем, один экземпляр сдается на кафедру, второй – руководителю, третий – остается у студента.

Согласованные и утвержденные руководителем цель, задачи и содержание ВКР не могут быть изменены студентом в одностороннем порядке, а только по согласованию с руководителем. Содержание Выпускной квалификационной работы План ВКР оформляется в виде листа «Содержание» (Приложение 3),



который является второй страницей работы. Содержание составляется исходя из целей и задач исследования и должно быть логичным, хорошо структурированными и направленным на максимальное раскрытие выбранной темы.

Итоговый вариант плана (содержания) должен отражать комплексность рассмотрения выбранной темы, все части работы должны быть логически связаны между собой. При формулировании названия глав и параграфов студенту следует опираться на следующие правила:

- названия глав отражают основные, ключевые вопросы и проблемы выбранной темы;
- названия параграфов – более детальные вопросы, раскрывающие сущностные черты и особенности рассматриваемой в данной главе проблемы;
- название главы не должно дублировать название темы;
- название параграфов не должны дублировать название глав.

Основная часть бакалаврской работы содержит три главы: теоретическую, аналитическую и практическую. В случае необходимости, обоснованной логикой проводимого исследования, практическая глава может содержать несколько подразделов.

Каждая глава и параграф имеют свое название и нумерацию. Количество параграфов в одной главе должно быть не меньше двух.

Введение как раздел ВКР дает общее представление об изучаемых в работе вопросах и проблематике исследования. Объем введения составляет примерно 2 страницы. Во введении обосновывается выбор темы и ее актуальность, обозначается практическая значимость, а также формулируются цель и задачи работы, объект и предмет исследования, которые предполагается решить в процессе написания ВКР.

Цель бакалаврской работы должна быть направлена на раскрытие темы ВКР, а название глав и параграфов – соотноситься с задачами.

Под объектом исследования понимается то явление (процесс), которое создает изучаемую проблемную ситуацию.

Предмет исследования представляет собой часть объекта исследования. То есть под предметом исследования понимаются значимые с теоретической или практической точки зрения свойства, особенности или стороны объекта. В каждом объекте исследования может быть несколько предметов исследования и концентрация при написании ВКР на одном из них означает, что другие предметы исследования остаются в стороне от интересов студента.

Задачи ВКР определяют основные этапы работы для достижения поставленной цели. При формулировании задач исследования необходимо учитывать, что описание решения этих задач составит содержание глав и параграфов ВКР, названия которых созвучно поставленным задачам. Основные задачи отражают поэтапное достижение цели. Они могут вводиться словами: «изучить»; «описать»; «проанализировать»; «уточнить/ дополнить описание»; «выявить»; «систематизировать»; «разработать» и т.д. В ходе выполнения работы должно быть решено 4-5 задач, которые должны быть отражены в заключении и выводах.

Обязательно указание компетенций, которые были реализованы в процессе написания ВКР.

В завершении введения указывается структура ВКР, количество рисунков и таблиц, использованных в работе, а также количество приложений.

Основная часть ВКР, как правило, состоит из двух глав: теоретической, аналитической и практической.

В **первой главе** излагаются теоретические аспекты темы, раскрывающие ее суть. Исследование теоретических вопросов, содержащихся в первой главе, должно быть логически связано с практической частью работы и служить базой для разработки предложений и рекомендаций. В данной главе выявляется логическая взаимосвязь между объектом и предметом исследования. В дальнейшем весь материал, приводимый в теоретической главе, должен быть использован на практике. В общем виде первая глава представляет собой теоретическую концепцию всей работы.

Первая глава должна содержать параграфы, логично сужающие круг рассматриваемой темы по специфике объекта и предмета.

Первая глава должна быть написана студентом на основе основательного изучения всех положений, раскрывающих теорию вопроса: сущность, классификацию, роль, содержание, задачи, принципы, методы и методики исследования, способы обработки информации, наличие корреляционных связей.

Глава завершается выводами, которые обобщают основные идеи, полученные при теоретическом рассмотрении проблемы. Для подготовки и написания теоретической главы студент должен пользоваться как фундаментальными литературными источниками (монографиями, учебниками, учебными пособиями), так и периодической печатью (научными и профессиональными журналами и газетами, брошюрами), Интернет-источниками. Все приводимые в работе заимствованные положения, цитаты, факты, цифровой материал необходимо сопровождать ссылками на источники заимствования информации с указанием автора, названия, издательства, года, номера конкретной страницы печатного труда, названия и года или иного периода использованной формы отчетности.

**Вторая глава – аналитическая.** В ней студент должен представить анализ конкретного материала по избранной теме (на примере конкретной отрасли, региона, страны, организации) за период не менее 2 лет; сравнительный анализ с действующей практикой (на примере ряда организаций, отраслей, регионов, стран); описание выявленных закономерностей, проблем и тенденций развития предмета и объекта исследования. В ходе анализа используются аналитические таблицы, расчеты, формулы, схемы, диаграммы и графики.

**Третья глава – практическая.** В ней студент должен представить результаты анализа экономической и финансовой деятельности объекта исследования на основе отчетных данных с применением различных методических приемов, с оценкой полученных результатов. Период анализа, как правило, должен составлять не менее 3-х лет. В ходе проведения

ретроспективного анализа изучается динамика исследуемых процессов, выявляются тенденции и закономерности развития. Задачами студента являются объективная оценка полученных результатов анализа, выявление причин сложившегося положения и определение путей устранения недостатков. В практической части студент должен самостоятельно провести расчеты, представить их и первичный фактический материал в виде наглядного иллюстративного материала - рисунков (графики, диаграммы, схемы) и таблиц. Иллюстративный материал служит целям анализа и подтверждением выводов по исследуемой проблеме. В конце каждого параграфа должны содержаться выводы по результатам проведенного анализа, в том числе о выявленных нарушениях и недостатках организации исследуемых процессов, причинах, снижающих эффективность деятельности организации. В последнем параграфе третьей главы работы студент на основе обработанного практического материала и вскрытых в ходе анализа недостатков предлагает конкретные пути решения проблемы, обосновывает выводы, формулирует оригинальные предложения, приводит расчеты эффективности предлагаемых мер и финансовых последствий их практической реализации.

Предлагаемые мероприятия по решению исследуемой проблемы должны иметь соответствующее экономическое обоснование в виде экономических расчетов и прогнозов, подтверждающих эффективность предложенных мер, или логическую аргументацию.

*Если в работе не выделяется специальный параграф, посвященный автоматизации деятельности предприятия, то при изложении вопросов третьей главы следует органически увязать их с использованием компьютерной техники и новейших информационных технологий.*

В заключении следует подвести итоги проведенного исследования, сформулировать выводы по всей ВКР, продемонстрировать значимость сделанных выводов и предложений. Примерный объем заключения составляет 3-4 страницы.

Заключение должно раскрывать вклад каждой главы работы в раскрытие темы работы и решение проблемы исследования. С его помощью студент демонстрирует свой квалификационный уровень, как в теоретических, так и в практически значимых вопросах организации, управления и реализации маркетинговой деятельности.

Заключение обязательно должно отражать следующие принципиальные моменты по выдвигаемой на защиту работе:

- к каким теоретическим и практически значимым выводам пришел студент в результате исследования темы;

- какие тенденции, пропорции, соотношения, процессы, нарушения и недостатки выявлены в маркетинговой деятельности в результате проведенного анализа фактического материала;

- какие предложения и рекомендации, с кратким их экономическим обоснованием, разработаны в бакалаврской работе в ходе рассмотрения вопросов темы на примере объекта исследования.

В заключении студент не должен давать самооценку, делать выводов о достижении поставленной цели и выполнении задач исследования. Заключение должно содержать полные результаты исследования и все авторские предложения и рекомендации.

**Список использованной литературы.** Для написания квалификационной работы студент должен использовать не менее 40 литературных источников. Порядок оформления использованной литературы рассмотрен в разделе «Оформление дипломной работы».

#### **4. Руководство выпускной квалификационной (бакалаврской) работой**

Обязанности научного руководителя определены Положением о ВКР (приказ Финуниверситета от 21.12.2012 № 1653-1/0).

Руководитель оказывает общее руководство написанием ВКР:

- консультирует студента при выборе им окончательной темы ВКР;
- разрабатывает задание на подготовку ВКР;

- оказывает помощь студенту в подготовке плана ВКР и графика ее выполнения;
- консультирует студента по подбору литературы и фактического материала;
- содействует в выборе методики исследования;
- осуществляет постоянный контроль за ходом выполнения ВКР в соответствии с планом и графиком ее выполнения;
- консультирует студента при подготовке презентации и доклада для защиты бакалаврской работы;
- осуществляет проверку ВКР в системе «Антиплагиат»;
- предоставляет письменный отзыв на бакалаврскую работу по установленной в Финуниверситете форме (приложение 5).

В отзыве руководителя оценивается:

- актуальность темы, соответствие содержания работы поставленной цели и задачам, полнота и качество разработки темы;
- ценность выводов, целесообразность и обоснованность практических предложений;
- уровень сформированности общекультурных, профессиональных компетенций и профессиональных компетенций профиля, включая степень самостоятельности, личного творчества, инициативы студента, умения работать с литературой, производить расчеты, анализировать, обобщать, делать научные и практические выводы;
- логика, грамотность написания текста, культура выполнения работы, правильность оформления ВКР, соблюдение графика выполнения бакалаврской работы, имеющиеся недостатки.

## **5. Порядок подготовки выпускной квалификационной (бакалаврской) работы**

5.1. Сроки предоставления первой и второй главы утверждаются приказом Финуниверситета ежегодно.

5.2. ВКР в обязательном порядке проверяется кафедрой с системе «Антиплагиат» (Положения о ВКР (приказ Финуниверситета приказ №1817 от 17.10.2017). В случае выявления плагиата свыше установленного процента заимствований в объеме работы, студент не допускается к защите ВКР и подлежит отчислению из Финуниверситета, как не прошедший итоговой государственной аттестации.

5.3. Условия допуска выпускника к защите ВКР определены Положением о ВКР (приказ Финуниверситета №1817 от 17.10.2017).

К защите ВКР допускаются студенты, успешно завершившие в полном объеме освоение основной образовательной программы по направлениям подготовки высшего профессионального образования, успешно сдавшие итоговые государственные экзамены и представившие ВКР с отзывом руководителя в установленный срок.

5.4. Условия не допуска выпускника к защите ВКР определены Положением о ВКР (приказ Финуниверситета №1817 от 17.10.2017). Если студент в установленный срок не представил ВКР с отзывом научного руководителя, кафедра в трехдневный срок направляет акт о непредставлении ВКР за подписью заведующего кафедрой декану соответствующего факультета. Студент, не представивший ВКР с отзывом научного руководителя в установленный срок, к защите не допускается и подлежит отчислению из Финуниверситета, как не прошедший итоговую государственную аттестацию.

## **6. Требования к оформлению выпускной квалификационной работы**

Выпускная квалификационная (бакалаврская) работа оформляется в соответствии со следующими государственными стандартами:

- ГОСТ 7.32-2001 в ред. Изменения №1 от 01.12.2005 г. «Отчет о научно-исследовательской работе»;

-ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления»;

-ГОСТ Р 7.05-2008 «Библиографическая ссылка».

Выпускная квалификационная (бакалаврская) работа должна быть выполнена на компьютере.

Объем работы должен составлять 60-70 страниц текста (в этот объем не входят ПРИЛОЖЕНИЯ), напечатанного на одной стороне белой бумаги формата А4 через 1,5 интервала.

Шрифт Times New Roman, размер - 14 пт, цвет – черный, разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определенных терминах, формулах, применяя шрифты разной гарнитуры.

Текст бакалаврской работы следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: левое - не менее 30 мм (для подшивки); правое - не менее 10 мм, верхнее и нижнее - не менее 20 мм.

Выпускная квалификационная (бакалаврская) работа должна содержать следующие разделы:

ТИТУЛЬНЫЙ ЛИСТ

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ (делится на главы и параграфы)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

ПРИЛОЖЕНИЯ

Страницы выпускной квалификационной (бакалаврской) работы нумеруются арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Номер страницы проставляют в центре нижней части листа без точки. Титульный лист включается в общую нумерацию страниц, но номер страницы на нем не проставляют. Титульный лист оформляется по установленному образцу.



СОДЕРЖАНИЕ, ВВЕДЕНИЕ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ, СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ, ПРИЛОЖЕНИЯ служат заголовками структурных элементов работы. Заголовки структурных элементов бакалаврской работы выравнивают по центру, печатают прописными буквами без точки в конце. Содержание располагается после титульного листа. В нем последовательно указываются наименования частей (структурных элементов) бакалаврской работы: введение; названия глав и входящих в них параграфов; заключение; список использованных источников; приложения.

В содержании должны быть указаны страницы, с которых начинаются соответствующие части работы.

Перед названием глав и параграфов пишутся их номера. Главы нумеруются арабскими цифрами в пределах всей работы и записываются с абзацного отступа. Параграфы нумеруются арабскими цифрами в пределах каждой главы. Номер параграфа состоит из номера главы и номера параграфа, разделенных точкой. После номеров глав и параграфов в тексте точку не ставят. Главы и параграфы должны иметь заголовки, которые печатают с абзацного отступа, с прописной буквы без 20 точки в конце.

Заголовки глав можно печатать прописными буквами.

Текст работы по главам и параграфам размещается таким образом, что каждая глава начинается с новой страницы (листа). Текст параграфов в пределах главы размещают сразу после окончания предыдущего параграфа.

Таблицы располагаются в выпускной квалификационной работе сразу после текста, имеющего на них ссылку. В тексте работы целесообразно располагать таблицы объемом не более одной страницы, таблицы большего объема следует разместить в Приложении. Каждая таблица должна иметь номер и название. Таблицы нумеруются арабскими цифрами, сквозной нумерацией по всей работе. Название таблицы помещают над таблицей слева без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире. Заголовки граф и строк таблицы пишут с прописной буквы в единственном числе, а подзаголовки граф – со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком, или с

прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. В конце заголовков и подзаголовков таблиц точку не ставят. В таблицах допускается применять шрифт меньшего размера, чем текст. Заголовки граф, как правило, записываются параллельно строкам таблицы. При необходимости допускается перпендикулярное расположение заголовков граф.

В таблице необходимо указывать единицы измерения показателей. Единицы измерения могут указываться в заголовке таблицы в скобках, если все показатели выражены в одних единицах; в заголовках и подзаголовках граф; в строках боковика; в отдельной графе. Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другую страницу. Над перенесенной частью таблицы пишут «Продолжение таблицы 1», заголовок помещают только над первой частью таблицы. В «Продолжении таблицы» графы обозначают номерами.

Для наглядности представления материалов и результатов исследования в выпускной квалификационной работе используют иллюстрации (графики, схемы, диаграммы), которые называются «Рисунок» и располагаются непосредственно после текста, в котором они упоминаются. Иллюстрации представляются в компьютерном исполнении, в том числе и цветные, объемные; нумеруются арабскими цифрами, сквозной нумерацией. Иллюстрации могут иметь пояснительные данные (подрисуночный текст). Слово «Рисунок», его номер и наименование располагают под иллюстрацией после пояснительных данных посередине строки.

Точку в конце наименования рисунка не ставят. Формулы и уравнения в тексте выделяют в отдельную строку. Формулы набираются в специальном приложении – редакторе формул Word (вставка-объект-Microsoft equation 3.0). Пояснения значений символов и числовых коэффициентов приводят непосредственно под формулой (более мелким шрифтом и через 1 интервал). Формулы нумеруются сквозной нумерацией по всему тексту арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении в строке.

В выпускной квалификационной (бакалаврской) работе обязательно должны быть ссылки на источники, которые приведены в СПИСКЕ

ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ. Ссылками сопровождаются не только цитаты, но и любые заимствования из соответствующих источников. Ссылки приводятся в квадратных скобках [25, с. 6] (указывается номер источника в СПИСКЕ и страница в источнике). Сноски в конце страницы не допускаются.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ должен включать библиографические записи, использованные студентом при выполнении выпускной квалификационной работы. Допускаются следующие способы группировки библиографических записей: алфавитный, тематический. При алфавитном способе группировки библиографические записи располагают по алфавиту фамилий авторов или первых слов названий документов. При тематическом способе группировки библиографические записи располагают в определенной логической последовательности, в соответствии с принятой системой классификации. Например, законодательные акты; постановления Правительства; нормативные документы; статистические материалы; научные и литературные источники в алфавитном порядке, электронные ресурсы с указанием режима доступа. При наличии в списке источников на иностранных языках образуется дополнительный алфавитный ряд, который располагают после изданий на русском языке.

Очередность размещения источников в списке использованной литературы:

#### I. Законодательные и нормативные акты

В этом разделе вначале указываются законодательные акты в порядке очередности их принятия (Кодексы, Федеральные законы). Затем указываются подзаконные акты (Указы Президента РФ, постановления Правительства РФ, приказы министерств и ведомств) и методические материалы (методические указания, методические рекомендации, разъяснения, письма и т.п.)

#### II. Учебники, учебные пособия, монографии

Источники размещаются строго в алфавитном порядке по фамилии автора, в случаях, когда работа выполнена коллективом авторов - в алфавитном порядке по названию работы.

### III. Статьи из периодической печати

Статьи указываются строго в алфавитном порядке по фамилии авторов.

### IV. Статистический и практический материал

### V. Иностранная литература

Указываются источники литературы на иностранных языках.

### VI. Интернет-ресурсы

Перечень использованных в работе источников из сети Интернет должен приводиться с указанием адреса сайта.

Образцы оформления литературных источников представлены в приложении 6.

В список литературы должны включаться источники, изданные, как правило, за последние пять лет. Нумерация источников осуществляется нарастающим итогом.

Приложения являются структурным элементом выпускной квалификационной работы, включают учетные регистры, формы отчетности, схемы и таблицы большого формата и другие необходимые материалы. Приложения располагаются в порядке ссылок на них в тексте работы. Перед Приложениями на отдельной странице, которая является началом этого раздела, в центре пишут слово ПРИЛОЖЕНИЯ. Каждое Приложение располагают с новой страницы с указанием наверху посередине слова Приложение и его номера. Приложения нумеруются арабскими цифрами. Приложения должно иметь заголовок, который располагается симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой.

К защите работа представляется в сброшюрованном (сшитом) виде.

Последовательность брошюровки материала: обложка, титульный лист (по форме); содержание; текстовая часть глав, заключение, список использованных источников, приложения.

Личная подпись студента ставится на первом и последнем листе текста «Заключение», после последнего предложения в тексте заключения, подпись ставится под словами написанными студентом лично:

«Данная работа выполнена мною самостоятельно»

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 200\_ г. \_\_\_\_\_

(дата сдачи работы – заполняется от руки) (подпись автора)

Руководитель подписывает ВКР на титульном листе.

Полностью оформленная и сброшюрованная дипломная работа с вложенными отзывом руководителя и электронной версией на диске сдается на кафедру для проверки заведующей кафедрой и допуска к защите. Неправильно или небрежно оформленная дипломная работа к защите не допускается.

## **7. Правила подготовки к защите выпускной квалификационной работы**

ВКР сдается на кафедру в бумажном и электронном варианте вместе с отзывом руководителя.

Студент консультируется и согласовывает с руководителем текст своего выступления на защите (доклад) и презентацию доклада.

Доклад на защите не должен превышать 7 минут. Студент в своем выступлении должен изложить основные результаты своей работы: вклад в разработку проблемы, результаты проведенного анализа, выводы и предложения. В докладе необходимо ответить на замечания, отмеченные в отзыве.

Доклад должна сопровождать презентация с использованием мультимедийных средств, выполненная в программе PowerPoint. Количество слайдов – до 15. Основное содержание презентации: – титульный лист, на котором указывается: полное название университета, кафедры, бакалаврской работы, ученое звание и степень научного руководителя, его ФИО, а также ФИО студента и год выполнения работы; – выводы по результатам анализа, предложения (тезисно), рисунки и таблицы, на которые студент ссылается по ходу своего выступления во время защиты.

Не позднее, чем за одну неделю до начала Итоговой государственной аттестации происходит предзащита выпускных квалифицированных работ.

Цель проведения предзащиты – выявление уровня готовности ВКР и помощь студентам в подготовке к ее защите. Предварительную защиту организуют и проводят руководители ВКР (не менее 2-3 руководителей) с целью демонстрации предзащиты ВКР как образца для предстоящей защиты.

На предзащите заслушиваются выступления авторов двух-четырех различных по качеству выполнения ВКР в присутствии всех выпускников. Работы обсуждаются, указываются замечания, ошибки и делаются выводы. Это даёт возможность продемонстрировать выпускникам предстоящую процедуру защиты, более грамотно подготовиться к защите выпускной работы.

ВКР в обязательном порядке проверяется кафедрой в системе «Антиплагиат», *объем неправомερных заимствований должен быть не более 15 %*. Не допускаются к Итоговой государственной аттестации студенты, не защитившие отчет по преддипломной практике, а также не предоставившие в установленный срок на кафедру выпускную квалифицированную работу.

Процедура защиты ВКР определена в п.5.14 Положения об итоговой государственной аттестации выпускников Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

Защита выпускных квалификационных работ проводится на открытых заседаниях экзаменационной комиссии с участием не менее двух третей ее состава.

Процедура защиты выпускной квалификационной работы включает:

- открытие заседания экзаменационной комиссии (председатель);
- доклад студента;
- вопросы студенту и его ответы на заданные вопросы;
- рассмотрение отзыва руководителя ВКР (зачитывание отзыва или выступление научного руководителя);
- оценивание защиты бакалаврской работы членами ГАК;
- сообщение результата защиты ВКР студенту-выпускнику; – заключительное слово студента.

Во время заседания экзаменационной комиссии бакалаврская работа находится у председателя комиссии. Члены комиссии могут задавать вопросы, как по содержанию работы, так и по докладу, содержанию раздаточного материала и презентации.

Ответы студента на вопросы членов экзаменационной комиссии, присутствующих, а также на замечания, отмеченные в отзыве руководителя, должны быть обстоятельными, по существу, но лаконичными. Комиссия может высказать и отметить в протоколе особое мнение о новизне выполненного исследования, профессионализме выполнения работы, высоком уровне защиты (или наоборот), а также рекомендовать студента для поступления в магистратуру.

При неявке студента на защиту по уважительной (подтвержденной документально) причине, срок защиты устанавливается дополнительно. Если при защите ВКР студент получил оценку «неудовлетворительно», он отчисляется из Университета с правом повторной защиты.

Экзаменационная комиссия решает, может ли студент представить к повторной защите ту же работу с доработкой, определяемой комиссией, или же обязан выполнить работу по новой теме. Повторные итоговые аттестационные испытания не могут назначаться вузом более двух раз. Решение экзаменационной комиссии заносится в протокол.

Результаты защиты ВКР и решение о присвоении квалификации студенту-выпускнику оформляются в зачетную книжку и заверяются подписями всех членов экзаменационной комиссии, присутствовавших на заседании. После защиты ВКР студент-выпускник сдает ее на бумажном и электронном носителях на кафедру под роспись.

## 8. Критерии оценки выпускной квалификационной работы

Оценивание результатов защиты ВКР осуществляется по четырех балльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляется в день защиты после оформления в установленном порядке протокола заседания экзаменационной комиссии.

Оценка «*отлично*» выставляется при условии, что:

- работа выполнена самостоятельно, носит творческий характер, содержит элементы научной новизны;

- собран, обобщен, и проанализирован достаточный объем нормативных правовых актов, литературы, статистической информации и других практических материалов, позволивший всесторонне изучить тему и сделать аргументированные выводы и практические рекомендации;

- при написании и защите работы выпускником продемонстрированы глубокие теоретические знания и наличие практических навыков;

- работа хорошо оформлена и своевременно представлена на кафедру, полностью соответствует требованиям, предъявляемым к содержанию и оформлению ВКР;

- на защите освещены все вопросы исследования, ответы студента на вопросы профессионально грамотны, исчерпывающие, подкрепляются положениями нормативно-правовых актов, выводами и расчетами, отраженными в работе.

Оценка «*хорошо*» ставится, если:

- тема работы раскрыта, однако выводы и рекомендации не всегда оригинальны и/или не имеют практической значимости, есть неточности при освещении отдельных вопросов темы;

- собран, обобщен и проанализирован необходимый объем нормативных правовых актов, литературы, статистической информации и других практических материалов, но не по всем аспектам исследуемой темы сделаны выводы и обоснованы практические рекомендации;



- при написании и защите работы выпускником продемонстрировано наличие теоретических знаний и достаточных практических навыков;

- работа своевременно представлена на кафедру, есть отдельные недостатки в ее оформлении; в процессе защиты работы дана общая характеристика основных положений работы, были неполные ответы на вопросы.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, когда:

- тема работы раскрыта частично, но в основном правильно, допущено поверхностное изложение отдельных вопросов темы;

- в работе не использован весь необходимый для исследования темы объем нормативных правовых актов, литературы, статистической информации и других практических материалов, выводы и практические рекомендации не всегда обоснованы;

- при написании и защите работы выпускником продемонстрировано отсутствие глубоких теоретических знаний и устойчивых практических навыков;

- работа своевременно представлена на кафедру, однако не в полном объеме по содержанию и/или оформлению соответствует предъявляемым требованиям;

- в процессе защиты выпускник недостаточно полно изложил основные положения работы, испытывал затруднения при ответах на вопросы.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если:

- содержание работы не раскрывает тему, вопросы изложены бессистемно и поверхностно, нет анализа практического материала, основные положения и рекомендации не имеют обоснования;

- работа не оригинальна, основана на компиляции публикаций по теме;

- работа несвоевременно представлена на кафедру, не в полном объеме по содержанию и оформлению соответствует предъявляемым требованиям;

- на защите выпускник показал поверхностные знания по исследуемой теме, отсутствие представлений об актуальных проблемах по теме работы, плохо отвечал на вопросы.

## **ПЕРЕЧЕНЬ**

**рекомендуемых тем выпускных квалификационных (бакалаврских) работ для студентов заочной формы обучения, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль - Маркетинг**

1. Автоматизации бизнес-процессов маркетинговой деятельности на основе программного обеспечения (на примере конкретной организации).
2. Влияние имиджа организации на управление продажами товаров (на примере конкретной организации).
3. Внедрение интернет-технологий в маркетинговую деятельность организации (на примере конкретной организации).
4. Исследование направлений развития маркетинговой политики организации в условиях экономической турбулентности (на примере конкретной организации).
5. Организация международной маркетинговой деятельности организации в условиях нестабильности (на примере конкретной организации).
6. Организация выставочной деятельности на потребительском рынке (на примере конкретной организации).
7. Организация и планирование деятельности маркетинговой службы организации для повышения устойчивости работы на рынке (на примере конкретной организации).
8. Организация и проведение маркетинговых исследований в организации в условиях кризиса (на примере конкретной организации).
9. Организация маркетинга в системе электронной коммерции.
10. Организация международной сбытовой деятельности организации (на примере конкретной организации).
11. Организация панельных исследований в маркетинге (на примере конкретной организации).
12. Организация продвижения товаров на новые рынки в условиях нестабильности.
13. Организация сбыта инновационных товаров и услуг (на примере конкретного товара или услуги).
14. Организация сервисного обслуживания потребителей (на примере конкретной организации).
15. Организация торгово-посреднической деятельности на рынке товаров и услуг (на примере конкретного товара или услуги, организации).
16. Оценка сбытовой структуры организации (на примере конкретной организации).
17. Оценка факторов, влияющих на поведение потребителей в условиях турбулентности (на примере конкретной организации).
18. Оценка экономической целесообразности инновационного бизнес-проекта (на примере конкретной организации).
19. Оценка эффективности затрат на маркетинг организации (на примере конкретной организации).

20. Оценка эффективности маркетинговой деятельности организации (на примере конкретной организации).

21. Повышение лояльности клиентов в рамках сбытовой политики организации на рынке B2B (B2C).

22. Применение CRM-стратегии для управления продажами (на примере конкретной организации).

23. Развитие «продакт-плейсмент» как современного инструмента маркетинговой коммуникации (на примере конкретного товара, организации).

24. Разработка VTL-рекламы при стимулировании сбыта товаров и услуг (на примере конкретной организации).

25. Разработка PR-кампании как направление обеспечения устойчивости работы организации на рынке (на примере конкретной организации).

26. Разработка ассортиментной политики организации (на примере конкретной организации).

27. Разработка каналов распределения и методов стимулирования сбыта товаров и услуг (на примере конкретной организации)

28. Разработка коммуникационной политики организации в социальных сетях (на примере конкретной организации).

29. Разработка комплекса маркетинга организации (на примере конкретной организации).

30. Разработка концепции упаковки товара в системе маркетинга (на примере конкретной организации).

31. Разработка малобюджетных технологий интернет-маркетинга в продвижении торговой марки (бренда) в условиях глобальных изменений (на примере конкретной организации, торговой марки или бренда).

32. Разработка маркетинговой информационной системы (МИС) организации (на примере конкретной организации).

33. Разработка маркетинговой стратегии международной компании (на примере конкретной организации).

34. Разработка маркетинговой стратегии продвижения логистических услуг организации (на примере конкретной организации).

35. Разработка маркетинговых коммуникаций в организации (на примере конкретной организации).

36. Разработка маркетинговых стратегий ценообразования организации (на примере конкретной организации).

37. Разработка нового товара (услуги) (на примере конкретного товара или услуги).

38. Разработка плана маркетинга организации (на примере конкретной организации).

39. Разработка программы оценки качества финансовых услуг (на примере конкретной организации).

40. Разработка программы стимулирования системы сбыта (на примере конкретной организации).

41. Разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинга отношений (на примере конкретной организации).

42. Разработка системы digital-коммуникаций в событийном маркетинге.
43. Разработка системы лояльности потребителей коммерческой организации (на примере конкретной организации).
44. Разработка системы мультиканальных продаж (на примере конкретной организации).
45. Разработка системы распределения товаров организации (на примере конкретной организации, товара).
46. Разработка событийного маркетинга как средства продвижения товаров (услуг) (на примере конкретной организации).
47. Разработка социально – экономических направлений повышения конкурентоспособности товаров и услуг (на примере конкретной организации).
48. Разработка социально-ориентированной маркетинговой политики организации (на примере конкретной организации).
49. Разработка стратегии маркетинга организации (на примере конкретной организации).
50. Разработка стратегии продвижения товаров и услуг на рынок (на примере конкретной организации, товаров и услуг).
51. Разработка стратегий распределения товаров (услуг) (на примере конкретной организации).
52. Разработка стратегии сегментирования рынка (на примере конкретной организации).
53. Разработка технологий вирусного и партизанского маркетинга организации (на примере малого и среднего предпринимательства).
54. Реализация проектов социального маркетинга (на примере конкретной организации).
55. Совершенствование инструментария маркетинга организации в условиях глобальных изменений (на примере конкретной организации).
56. Совершенствование инструментов прямого маркетинга в организации (на примере конкретной организации).
57. Совершенствование рекламной деятельности на рынке товаров и услуг (на примере конкретной организации).
58. Совершенствование сбытовой политики организации (на примере конкретной организации).
59. Совершенствование стратегии продвижения торговой марки (бренда) на международном рынке (на примере конкретной организации, торговой марки или бренда).
60. Совершенствование ценовой политики организации (на примере конкретной организации).
61. Социально – экономическая оценка конкурентной среды организации (на примере конкретной организации).
62. Социально – экономические особенности организации отраслевой логистики (на примере конкретной отрасли, организации).
63. Сравнительный анализ различных каналов сбыта (на примере конкретного рынка, товара).

64. Управление ассортиментной политикой организации (на примере конкретной организации).

65. Управление инновационным маркетингом организации (на примере конкретной организации).

66. Управление инструментами мерчандайзинга в системе стимулирования сбыта организации (на примере конкретной организации).

67. Управление информационными технологиями в маркетинговой деятельности организации (на примере конкретной организации).

68. Управление информационными технологиями в рекламной деятельности организации (на примере конкретной организации).

69. Управление качеством продукции в системе маркетинга как направление устойчивого развития организации (на примере конкретной организации).

70. Управление личными продажами (на примере конкретной организации).

71. Управление маркетинговой деятельностью организации (на примере конкретной организации).

72. Управление маркетинговой деятельностью субъектов малого предпринимательства (на примере конкретной организации, индивидуального предпринимателя).

73. Управление маркетинговыми и интернет-коммуникациями на финансовых рынках (на примере конкретной финансовой организации).

74. Управление маркетинговыми технологиями в посреднической организации (на примере конкретной организации).

75. Управление маркетингом в оптовой торговле (на примере оптово-посреднической организации).

76. Управление маркетингом в организации (на примере конкретной организации).

77. Управление маркетингом в розничной торговле (на примере конкретной организации розничной торговли).

78. Управление маркетингом в сфере аграрно-промышленного комплекса (АПК) (на примере конкретной организации АПК).

79. Управление маркетингом государственной организации (на примере конкретной государственной организации).

80. Управление маркетингом интеллектуального продукта (на примере конкретной организации).

81. Управление маркетингом на рынке образовательных услуг (на примере конкретной образовательной организации).

82. Управление маркетингом на рынке страховых услуг (на примере конкретной страховой организации).

83. Управление маркетингом на рынке строительных услуг (на примере конкретной строительной организации).

84. Управление маркетингом транспортно-экспедиционного обслуживания рынка товаров и услуг (на примере конкретной организации).

85. Управление мультиканальными продажами организации (на примере конкретной организации).

86. Управление продажами на рынке финансовых услуг (на примере конкретной финансовой организации).

87. Управление продажами товаров (услуг) (на примере конкретной организации, товаров или услуг).

88. Управление рекламной деятельностью организации (на примере конкретной организации).

89. Управление товарной политикой организации (на примере конкретной организации).

90. Управление торговыми марками (брендами) (на примере конкретной торговой марки, бренда).

91. Управление частными торговыми марками организации (на примере конкретной организации).

92. Управления PR-деятельностью организации (на примере конкретной организации).

93. Формирование имиджа организации как направление обеспечения устойчивости деятельности организации на рынке (на примере конкретной организации).

94. Формирование конкурентной маркетинговой стратегии организации в условиях нестабильности (на примере конкретной организации).

95. Формирование маркетинговой среды организации (на примере конкретной организации).

96. Формирование маркетинговых инструментов на рынке банковских услуг (на примере конкретного банка).

97. Формирование программы позиционирования товара (услуги) (на примере конкретной организации).

98. Формирование стратегии выхода организации на международные рынки в условиях санкций (на примере конкретной организации).

99. Формирование товарной политики организации (на примере конкретной организации).

100. Формирование франчайзинговых систем на потребительском рынке.

*Приложение 2*

### **Форма заявления о закреплении темы ВКР**

ФИНУНИВЕРСИТЕТ

Руководителю департамента/  
заведующему кафедрой

---

(наименование департамента/кафедры)

---

(И.О. Фамилия, уч. степень, уч. звание)

**СОГЛАСЕН**

\_\_\_\_\_  
(дата)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(Фамилия И.О. обучающегося)  
\_\_\_\_\_  
(наименование факультета)  
\_\_\_\_\_  
(№ учебной группы)  
Тел. обучающегося \_\_\_\_\_  
E-mail обучающегося \_\_\_\_\_

**ЗАЯВЛЕНИЕ**

Прошу закрепить за мной тему ВКР  
«\_\_\_\_\_».

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_  
(подпись обучающегося)

Согласовано:

Руководитель ВКР

\_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

*Приложение 4*

**Форма задания на ВКР**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Руководитель выпускной  
квалификационной работы

\_\_\_\_\_  
(должность)



ФИНУНИВЕРСИТЕТ

## ЗАДАНИЕ

на выпускную квалификационную  
работу

\_\_\_\_\_ (наименование  
департамента/кафедры)

обучающемуся \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (фамилия, имя, отчество )

Тема выпускной квалификационной  
работы

департамента

« \_\_\_\_\_ »

закреплена приказом Финуниверситета от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. №

Целевая установка: разработка предложений по использованию результатов  
работы <sup>1</sup>

\_\_\_\_\_ Основ  
ные вопросы, подлежащие разработке (исследованию):

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

*Основная литература указывается в Приложении к заданию*

Дата выдачи задания « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Задание

получил: \_\_\_\_\_

(подпись, Фамилия И.О. обучающегося)

*Приложение 5*

### **Форма отзыва руководителя о работе обучающегося в период подготовки ВКР**

Федеральное государственное образовательное бюджетное  
учреждение высшего образования

**«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»**

<sup>1</sup> Руководитель ВКР конкретизирует целевую установку ВКР, исходя из темы ВКР

(Финансовый университет)

**ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ**  
**о работе обучающегося в период подготовки выпускной**  
**квалификационной работы по программе бакалавриата<sup>2</sup>**

Обучающийся \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ (фамилия, имя, отчество)

Факультет \_\_\_\_\_

Департамент/кафедра \_\_\_\_\_

Направление подготовки \_\_\_\_\_

Профиль \_\_\_\_\_

Наименование  
темы \_\_\_\_\_

Руководитель \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ (имя, отчество, фамилия, должность, ученое звание, ученая степень)

1. Соответствие заявленных целей и задач теме  
ВКР: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. Соответствие полученных результатов заявленным целям и  
задачам: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3. Умение проводить исследование в профессиональной деятельности (умение  
анализировать, владеть методами исследования и представления  
результатов): \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

<sup>2</sup> В отзыве на коллективную ВКР в пунктах 3-7 и 9 необходимо оценить каждого обучающегося индивидуально

---

---

---

---

---

---

---

---

4. Характеристика использования в работе инструментария математики, математического моделирования, расчетов, статистических методов, пакетов специальных прикладных программ и т.п.: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

---

---

---

5. Наличие конкретных предложений и рекомендаций, сформулированных в ВКР, ценность полученных результатов: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

---

---

---

6. Степень самостоятельности при работе над ВКР (самостоятельность изложения и обобщения материала, самостоятельная интерпретация полученных результатов, обоснованность выводов): \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

---

---

---

7. Уровень сформированности компетенций, продемонстрированный в ходе работы над ВКР (перечень компетенций установлен методическими рекомендациями по выполнению ВКР в соответствии с ФГОС ВО или ОС ФУ): \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

---

---

---

8. Доля (%) заимствований в ВКР: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

---

---

---

9. Недостатки в работе обучающегося в период подготовки ВКР:

---

---

---

---

---

---

10. ВКР соответствует (не соответствует) требованиям, предъявляемым к ВКР, и может (не может) быть рекомендована к защите на заседании ГЭК: \_\_\_\_\_

---

(И.О.Фамилия руководителя)

\_\_\_\_\_  
(подпись руководителя)  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## Пример оформления источников литературы

### I. Описание книг

1. Книги одного, двух или трех авторов описываются под фамилией первого автора:

*в книга одного автора:*

Чалдаева, Л. А. Экономика предприятия : учебник для бакалавров / Л. А. Чалдаева.— 3-е изд., перераб. и доп.— М.: Юрайт, 2013.—411 с.

*в книга двух авторов:*

Нехаев, Г. А. Металлические конструкции в примерах и задачах: учеб. пособие / Г. А. Нехаев, И. А. Захарова.— М.: Изд-во Ассоциации строительных вузов, 2010.— 144 с.

*в книга трех авторов:*

Акимов, А. П. Работа колес: монография / А. П. Акимов, В. И. Медведев, В. В. Чегулов.— Чебоксары: ЧПИ (ф) МГОУ, 2011.— 168 с.

2. Книги четырех и более авторов указываются под заглавием (названием) книги. После названия книги, за косой чертой пишется фамилия одного автора и вместо следующих фамилий слово — [и др.].

Информационно-измерительная техника и электроника : учебник / Г. Г. Раннев [и др.]; под ред. Г. Г. Раннева.— 3-е изд., стереотип.— М.: Академия, 2009.— 512 с.

3. Книги с коллективом авторов, или в которых не указан автор, указываются под заглавием (названием) книги. За косой чертой пишется фамилия редактора, составителя или другого ответственного лица.

Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник / под ред. В. Я. Позднякова.— М.: Инфра-М, 2010.—617 с.

### II. Описание статьи из журнала

При описании статей из журналов указываются автор статьи, ее название, затем, за двумя косыми чертами указывают название журнала, в котором она опубликована, год, номер, страницы, на которых помещена статья.

*в статья одного автора:*

Леденева, Г. Л. К вопросу об эволюции в архитектурном творчестве / Г. Л. Леденева // Промышленное и гражданское строительство.—2009.— № 3.— С. 31–33.

*в статья двух авторов:*

Шитов, В. Н. Комплексный подход к анализу конкурентоспособности предприятия [Текст] / В. Н. Шитов, О. Ф. Цымбалист // Экономический анализ: теория и практика.— 2014.— № 13. - С. 59–63.

*в статья трех авторов:*

Зацепин, П. М. Комплексная безопасность потребителей эксплуатационных характеристик строений / П. М. Зацепин, Н. Н. Теодорович, А. И. Мохов // Промышленное и гражданское строительство. – 2009.— № 3.— С. 42.

*в статья четырех и более авторов:*

Опыт применения специальных технологий производства работ по устройству ограждающих конструкций котлованов / С. С. Зуев [и др.] // Промышленное и гражданское строительство.— 2009.— № 3.— С. 49-50.

### III. Описание статьи из книг и сборников

*в статья из книги одного автора:*

Каратуев, А. Г. Цели финансового менеджмента / А. Г. Каратуев // Финансовый менеджмент: учебно-справочное пособие / А. Г. Каратуев.—М., 2001.— С. 207–451.

*в статья из книги двух авторов:*

Безуглов, А. А. Президент Российской Федерации / А. А. Безуглов // Безуглов А. А. Конституционное право России: учебник для юридических вузов (полный курс): в 3-х т. / А. А. Безуглов, С. А. Солдатов.— М., 2001.— Т. 1.— С. 137–370.

*в статья из книги трех и более авторов:*

Григорьев В. В. Торги: разработка документации: методы проведения / В. В. Григорьев // Григорьев В. В. Управление муниципальной недвижимостью: учебно-практическое пособие / В. А. Григорьев, М. А. Батурин, Л. И. Мишарин.— М., 2001.— С. 399–404.

Маркетинговая программа в автомобилестроении (ОАО “АвтоВАЗ”) // Российский маркетинг на пороге третьего тысячелетия: практика крупнейших компаний / А. А. Браверман [и др.]; под ред. А. А. Бравермана.— М., 2001.— Гл. 4.— С. 195–272: табл.

*в статья из сборника научных трудов:*

Данилова, Н. Е. Моделирование процессов в следящем приводе с исполнительным двигателем постоянного тока при независимом возбуждении / Н. Е. Данилова, С. Н. Ниссенбаум // Инновации в образовательном процессе: сб. тр. науч.-практич. конф.— Чебоксары: ЧПИ (ф) МГОУ, 2013.— Вып. 11. - С. 158–160.

#### **IV. Описание официальных изданий**

Конституция Российской Федерации : принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года.— М.: Эксмо, 2013.— 63 с.

Уголовный кодекс Российской Федерации. Официальный текст: текст Кодекса приводится по состоянию на 23 сентября 2013 г.— М.:Омега-Л, 2013.— 193 с.

О проведении в Российской Федерации года молодежи : указ Президента Российской Федерации от 18.09.2008 г. № 1383 // Вестник образования России.— 2008.— № 20 (окт.). - С. 13–14.

#### **V. Описание нормативно-технических и технических документов**

ГОСТ Р 517721–2001. Аппаратура радиоэлектронная бытовая. Входные и выходные параметры и типы соединений.

Техническиетребования. — Введ. 2002-01-01.— М.: Изд-во стандартов, 2001.— 27 с.

или

Аппаратура радиоэлектронная бытовая. Входные и выходные параметры и типы соединения.

Технические требования: ГОСТ Р517721–2001. -Введ. 2002-01-01.— М.: Изд-во стандартов, 2001.— 27 с.

Пат. 2187888 Российская Федерация, МПК7 Н 04 В 1/38, Н 04 J 13/00. Приемопередающее устройство / Чугаева В. И.; заявитель патентообладатель Воронеж. науч.-исслед. ин-т связи.— № 2000131736/09; заявл. 18.12.00; опубл. 20.08.02, Бюл. № 23 (II ч.).— 3 с.

#### **VI. Описание электронных ресурсов**

*в диск*

Даль, В. И. Толковый словарь живого великого языка Владимира Даля [Электронный ресурс] / В. И. Даль; подгот. по 2-му печ. изд.1880–1882 гг. – Электрон. дан. – М.: АСТ, 1998. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

*в электронный журнал*

Краснов, И. С. Методологические аспекты здорового образа жизни россиян [Электронный ресурс] / И. С. Краснов // Физическая культура: науч.-метод. журн. – 2013.— № 2. – Режим доступа: <http://sportedu.ru>. – (Дата обращения: 05.02.2014).

v сайт

Защита персональных данных пользователей и сотрудников библиотеки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbrkomi.ru>. – Заглавие с экрана. – (Дата обращения: 14.04.2014).