

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

**Кафедра «Логистика и маркетинг»**

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

для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент»  
профиль «Маркетинг»  
(заочная форма обучения)

**Москва 2019**

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

**Кафедра «Логистика и маркетинг»**

**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»  
(заочная форма обучения)

Одобрено кафедрой «Логистика и маркетинг»,  
протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2019 г.

**Москва 2019**

Рецензент: Синяева И.М., д.э.н., проф. каф. «Логистика и маркетинг»

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

1. Общие положения. Цель и задачи выпускной квалификационной работы..	5
2. Определение темы выпускной квалификационной работы .....	11
3. Структура и содержание выпускной квалификационной (бакалаврской) работы.....	13
4. Руководство выпускной квалификационной (бакалаврской) работой.....	19
5. Порядок подготовки выпускной квалификационной (бакалаврской) работы.....	20
6. Требования к оформлению выпускной квалификационной работы .....	21
7. Правила подготовки к защите выпускной квалификационной работы .....	27
8 . Критерии оценки выпускной квалификационной работы.....	30
Приложение .....	33

## **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;

- 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 системный подход для решения поставленных задач (УК-10)
	Способность к постановке целей и задач исследований, выбору оптимальных путей и методов их достижения (УК-11)
Теоретико-методологические	Владение основными научными понятиями и категориями экономики и управленческой науки и способность к их применению при решении профессиональных задач (ПКН-1)
	Способность применять математические методы для решения стандартных профессиональных задач, интерпретировать полученные математические результаты (ПКН-2)
Прикладные	Способность применять инструменты прогнозирования, методы планирования и выработки управленческих решений, а также использовать способы обеспечения координации и контроля деятельности организации (ПКН-3)
	Способность выявлять и реализовывать рыночные возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования (ПКН-7)
Аналитические	Владение методами стратегического и маркетингового анализа организаций (рынков, продуктов), разработки и осуществления стратегии организации с учетом запросов и интересов различных заинтересованных сторон (ПКН-8)
	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)
	Способность анализировать рыночные и специфические риски при решении задач управления организацией (ПКН-11)
Профессиональные	способность практического использования современных концепций 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 коммуникационные системы и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами (ПКП-5).

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 неправомерных 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. Управление 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.

## Форма заявления о закреплении темы ВКР

ФИНУНИВЕРСИТЕТ

\_\_\_\_\_

(наименование департамента/кафедры)

СОГЛАСЕН

\_\_\_\_\_

(дата)

\_\_\_\_\_

(подпись)

Руководителю департамента/  
заведующему кафедрой

\_\_\_\_\_

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

\_\_\_\_\_

(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

ФИНУНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

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

Руководитель выпускной  
квалификационной работы

\_\_\_\_\_  
(должность)

### ЗАДАНИЕ

#### на выпускную квалификационную работу

обучающемуся \_\_\_\_\_

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

Тема выпускной квалификационной работы

« \_\_\_\_\_ »

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

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

\_\_\_\_\_  
Основные 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)

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

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

Федеральное государственное образовательное бюджетное  
учреждение высшего образования  
**«Финансовый университет при Правительстве Российской  
Федерации»  
(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

\_\_\_\_\_

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

задачам: \_\_\_\_\_

---

---

---

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

---

---

---

---

---

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. Зув [и др.] // Промышленное и гражданское строительство.— 2009.— № 3.— С. 49-50.

### III. Описание статьи из книг и сборников

*в статье 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 статье 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 статье 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. Батулин, 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 статье 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).

*в сайт*

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