|  |  |
| --- | --- |
|  **логотип** | **министерство образования и науки российской федерации** |
| **федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»** |

**Институт экономики и предпринимательства**

 **УТВЕРЖДАЮ**

Директор ИЭП \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Грудзинский А.О.

\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2017 г.

 **ПРОГРАММА**

государственной итоговой аттестации

Уровень высшего образования

|  |
| --- |
| магистратура |

Направление подготовки:

38.04.02 «Менеджмент»

|  |
| --- |
| Программа «Маркетинг» |

Квалификация:

магистр

Форма обучения:

очная, очно-заочная, заочная

Нижний Новгород

2017

Содержание

1. Цель ГИА

2. Место ГИА в структуре образовательной программы

3. Цели и задачи выпускной квалификационной работы

4. Выбор темы выпускной квалификационной работы

5. Структура и содержание выпускной квалификационной работы

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение

7. Карта компетенций и матрица компетенций, оценка которых вынесена на защиту

8. Фонд оценочных средств

ПРИЛОЖЕНИЯ:

Приложение 1. Заявление на утверждение темы

Приложение 2. Задание по подготовке ВКР

Приложение 3. Справка о внедрении

Приложение 4. Титульный лист

Приложение 5. Примеры тем и планов ВКР

Приложение 6. Карта компетенций

Приложение 7. Сводная ведомость

Приложение 8. Бланк отзыва научного руководителя

Приложение 9. Бланк рецензии

**1. Цель ГИА**

 Определение соответствия результатов освоения обучающимися образовательной программы соответствующим требованиям федерального государственного образовательного стандарта по направлению «Менеджмент». Программа ГИА по магистерской программе «Маркетинг» определяет требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы.

**2. Место ГИА в структуре образовательной программы**

(Б3) Дисциплина относится к блоку 3 «Государственная итоговая аттестация».

 Общая трудоемкость составляет 9 зачетных единиц (324 часа).

Объем государственной итоговой аттестации, ее структура и содержание устанавливаются в соответствии с «Положением о государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры», ФГОС ВО направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30.03.2015 г. № 322, в ред. от 13.07.2017) и основной профессиональной образовательной программой (ОПОП) данного направления подготовки, разработанной в ННГУ.

Государственная итоговая аттестация проводится государственными экзаменационными комиссиями для определения уровня подготовленности обучающегося к решению профессиональных задач в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Критерии оценки выпускной квалификационной работы (ВКР) и фонд оценочных средств государственной итоговой аттестации (ГИА) разрабатываются методической комиссией института по направлению подготовки.

Государственная итоговая аттестация проводится в форме защиты выпускной квалификационной работы.

**3.** **Цели и задачи выпускной квалификационной работы**

В соответствии с требованиями «Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования в ННГУ им. Н.И.Лобачевского», каждый студент в завершение профессиональной образовательной программы выполняет выпускную квалификационную работу (ВКР). Выпускная квалификационная работа магистра является заключительным этапом обучения в высшем учебном заведении и направлена на систематизацию, закрепление и углубление знаний, умений и навыков и эффективное их применение при решении конкретных задач в области маркетинга субъектов предпринимательства с использованием современных цифровых технологий.

Выпускная квалификационная работа является результатом самостоятельной творческой работы магистранта. Качество ее выполнения и защиты позволяет дать дифференцированную оценку квалификации выпускника – выполнять профессиональные обязанности, трудовые функции на месте работы.

ВКР может основываться на обобщении ранее выполненных выпускником заданий и содержать материалы, полученные в период производственной и преддипломной практики, научно-исследовательской работы и. должна дать государственной экзаменационной комиссии полное представление о профессиональной подготовке выпускника, его соответствии направлению 38.04.02 «Менеджмент».

Целью ВКР является:

* систематизация, закрепление и расширение теоретических и практических знаний по направлению «Менеджмент»;
* развитие навыков использования современных технологий исследования рынков, создания и ведения бизнеса в условиях конкуренции самостоятельной работы в сфере маркетинговой деятельности субъектов предпринимательства с использованием современных цифровых технологий;
* выработка ответственности за принимаемые проектные решения;
* оценка степени подготовленности студента применять полученные знания при решении конкретных маркетинговых задач.

При работе над ВКР студент, обучающийся по направлению «Менеджмент» должен проявить знания, умения и навыки по следующим компетенциям:

**общекультурные компетенции:**

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

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

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

**общепрофессиональные компетенции:**

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

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

способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования (ОПК-3);

**профессиональные компетенции:**

способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1);

способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2);

способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-3);

способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4);

владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5);

способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями (ПК-6);

способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (ПК-7);

способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования (ПК-8);

способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-9);

способность разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания (ПК-10).

**4. Выбор темы выпускной квалификационной работы**

Тема ВКР должна быть актуальной, ориентированной на исследование:

* доступных и целевых рынков объекта исследования;
* деятельности конкурентов;
* состояния и перспектив развития методов и инструментов маркетинга, включая интернет-технологии ведения бизнеса, и т.д.

В названии темы должен быть указан основной вид/направление экономической деятельности объекта исследования.

В названии темы не рекомендуется:

* указывать точное название объекта исследования и его организационно-правовую форму, т.к. магистерское исследование, как правило, носит более широкий характер (см. абзац 1 настоящего раздела и приведенные ниже примерные названия тем ВКР);
* включать фразы типа «на примере компании “Садко”».

Наличие одинаковых тем ВКР в студенческих группах, выпускаемых одновременно не допускается.

 *Примерные названия тем ВКР (тематика):*

1. Совершенствование маркетинговой деятельности оператора сотовой связи
2. Совершенствование бизнес-процессов в торговой сети на основе использования современных интернет-технологий
3. Совершенствование деятельности сети автосалонов на автомобильном рынке Нижегородской области
4. Исследование и совершенствование деятельности по интернет-продвижению рекламного агентства полного цикла
5. Исследование и совершенствование деятельности интернет-магазина по продаже электртроники
6. Совершенствование деятельности по продвижению торговой марки сталепромышленной компании
7. Разработка стратегии позиционирования автомобильного бренда в молодежном сегменте
8. Разработка и реализация бизнес-проекта по производству и выводу на российский рынок марокканского арганового масла
9. Исследование конкурентоспособности коммерческого банка
10. Совершенствование конкурентной стратегии компании-дистрибьютора продуктов питания
11. Исследование, разработка и реализация проектных решений по созданию бизнес-сайта компании – производителя спецавтомобилей
12. **Совершенствование фирменного стиля туристической компании**
13. Исследование методов продвижения образовательных услуг аспирантуры национального исследовательского университета
14. Управление лояльностью покупателей на рынке медицинских услуг
15. Разработка стратегии продвижения консалтинговых услуг в популярных блогах.
16. И т.д.

Допускаются инициативные темы ВКР, соответствующие тематике научно-исследовательской работы кафедры, института, университета.

При выборе темы магистрант должен учитывать свои способности, склонности в изучении отдельных дисциплин, опыт и практические навыки, полученные при прохождении практик, выполнении НИР.

Примеры планов/оглавлений ВКР представлены в Приложении 5.

При возникновении затруднений с выбором темы студент обращается за помощью к руководителю и преподавателю-консультанту от кафедры.

В случае научно-исследовательского характера темы ВКР по разрешению заведующего кафедрой её название и содержание могут иметь индивидуальное построение.

После утверждения тем ВКР заведующим кафедрой студенты получают “Задание на выпускную квалификационную работу” (приложение 2).

Задание служит основным документом, регламентирующим работу студента и позволяющим осуществлять контроль хода выполнения ВКР руководителем проекта.

**5. Структура и содержание выпускной квалификационной работы**

Рекомендуемый объем выпускной квалификационной работы составляет не менее 70 страниц (без учета приложений). Количество глав в работе – 3 (теоретическая, аналитическая и практическая). Список используемой литературы должен составлять не менее 40 источников (большая часть из которых издана за последние 5 лет).

Успешное выполнение выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации) во многом зависит от четкого соблюдения установленных сроков и последовательности выполнения отдельных этапов работы. При этом рекомендуется план выполнения выпускной квалификационной работы магистра, который включает следующие мероприятия:

1) Уточнение формулировки темы выпускной квалификационной работы магистра и ее утверждение на кафедре.

2) Написание и представление научному руководителю от кафедры введения выпускной квалификационной работы (3-5 стр.), включающего в себя:

* обоснование актуальности выбранной темы, ее ценности и значимости для сферы исследования магистра;
* краткую характеристику объекта и предмета исследования;
* формулировку целей и задач исследования.

3) Написание и представление научному руководителю первой главы выпускной квалификационной работы магистра (25-30 стр.), включающей в себя:

* изучение и критический анализ теоретических положений, статистических материалов, справочной и научной литературы по избранной теме;
* оценку степени изученности проблемы исследования;
* формулировку собственной точки зрения по дискуссионным вопросам, относящимся к теме исследования;
* обоснование методики исследования.

4) Доработка первой главы с учетом замечаний научного руководителя.

5) Написание и представление научному руководителю второй главы выпускной квалификационной работы магистра (35-40 стр.), включающей в себя:

* развернутую характеристику объекта исследования, в том числе анализ внутренней среды маркетинга;
* описание и анализ текущей рыночной ситуации;
* сравнительный анализ конкурентного окружения;
* формулировку выводов о состоянии проблемы исследования.

6) Доработка второй главы с учетом замечаний научного руководителя.

7) Написание и представление научному руководителю третьей главы выпускной квалификационной работы магистра (15-25 стр.), включающей в себя:

* разработку на основе проведенного анализа рекомендаций и мероприятий по решению проблем, выявленных в ходе анализа, проведенного во второй главе, или совершенствование маркетинговой деятельности компании;
* оценку эффективности предлагаемых мероприятий.

8) Доработка третьей главы с учетом замечаний научного руководителя.

9) Написание и представление научному руководителю заключения выпускной квалификационной работы магистра (3-7 стр.), включающего краткие выводы и конкретные предложения по реализации результатов или по дальнейшему улучшению рассматриваемой проблемы исследования, в т.ч. такие, которые могут быть проработаны более детально в ходе дальнейшей работы за рамками выпускной квалификационной работы.

10) Завершение всей выпускной квалификационной работы магистра в первом варианте и представление ее научному руководителю от кафедры;

11) Оформление выпускной квалификационной работы магистра в окончательном варианте и представление ее научному руководителю в согласованные с ним сроки.

**Состав папки ВКР:**

1. Заявление на утверждение темы ВКР (Приложение 1).
2. Задание на ВКР (Приложение 2).
3. Справка о внедрении - при внедрении хотя бы части проекта (Приложение 3).
4. Справка о результатах проверки на программе «Антиплагиат».
5. Отзыв руководителя.
6. Рецензия.
7. ВКР (в печатном и электронном виде – формат: doc и pdf).

**Примерная структура ВКР:**

1. Титульный лист (Приложение 4);
2. Аннотация;

В *а****ннотации* у**казывают:

* количество страниц, рисунков, таблиц, использованных источников, приложений;
* объект исследования;
* цель разработки ВКР;
* методы и средства проектирования;
* основные результаты работы и их влияние на процесс управления предприятием, организацией;
* место внедрения или опытной эксплуатации (при наличии).
1. Содержание;
2. Текст ВКР;
3. Список литературы;
4. Приложения.

***Технические требования к оформлению ВКР***

 Выпускная квалификационная работа печатается на стандартном листе бумаги формата А4. Поля оставляются по всем четырем сторонам печатного листа: левое поле – 35 мм, правое – не менее 10 мм, верхнее и нижнее – не менее 20 мм, примерное количество знаков на странице – 2000. Шрифт Times New Roman, 14 кегль, межстрочный интервал 1,5. Абзацный отступ – 1,27 см. Текст дипломной работы излагается на одной стороне листа. Выравнивание по ширине. Расстояние между заголовками глав и параграфов дипломной работы и текстом составляет два интервала. Каждая новая глава начинается с новой страницы; это же правило относится к другим основным структурным частям работы (введению, заключению, списку литературы, приложениям и т.д.).

 Страницы выпускной квалификационной работы с рисунками и приложениями должны иметь сквозную нумерацию. Первой страницей является титульный лист, на котором номер страницы не проставляется.

 Выпускная квалификационная работа должна быть переплетена.

**6. Учебно-методическое и информационное обеспечение**

1. Положение о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования в ННГУ им. Н.И.Лобачевского - <http://www.qa.unn.ru/pages/quality/procedures.html>
2. Регламент оценки сформированности компетенций при проведении Государственной итоговой аттестации в ННГУ им. Н.И. Лобачевского – ННГУ, 2016
3. Закон «Об образовании в Российской Федерации» № 273-ФЗ от 29 декабря 2012 г.
4. Приказ Минобрнауки России "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» N 1367 от 19 декабря 2013 г.
5. Приказ Минобрнауки России «Об утверждении порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры» № 636 от 29 июня 2015 г.
6. ГОСТ 7.32-2001. Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления» (введен Постановлением Госстандарта России от 04.09.2001 №367-ст) (ред. от 07.09.2005)
7. **Карта компетенций и матрица компетенций**

Карта компетенций (Приложение 6), в которой указывается содержание компетенций, в части

1. полноты знаний,
2. наличия умений и навыков, то есть умений с высокой степенью усвоенности,
3. владения опытом и выраженности личностной готовности к профессиональному самосовершенствованию.

Матрицы компетенций, которая показывают связь компетенций с заданиями на ВКР (п. 8.2).

1. **Фонд оценочных средств**

**8.1. Методические материалы для подготовки выпускников к ГИА**

1. Методические указания по выполнению выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации). Составители: д.э.н. проф. Ю.В. Трифонов, к.э.н. доц. Н.А. Шерегов, к.э.н. доц. Г.Б. Долгова. – Нижний Новгород, ННГУ, 2016-28 с. (На сайте ИЭП)

2. Регламент оценки сформированности компетенций при проведении Государственной итоговой аттестации в ННГУ им. Н.И. Лобачевского – Н.Новгород, ННГУ, 2016

**8.2. Контрольно-измерительные материалы для оценки компетенций, сформированность которых определяется на защите ВКР**

* требования к ВКР, в том числе перечень заданий, которые необходимо выполнить выпускнику для подтверждения квалификации

При работе над ВКР студент, обучающийся по направлению «Менеджмент» должен проявить умения и навыки по следующим профессиональным компетенциям:

|  |  |
| --- | --- |
| ОПК-1 готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности ОПК-2 готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различияОПК-3 способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования | 1.1. Уметь ясно, логично и грамотно излагать результаты исследования при написании и защите ВКР.1.2. Владеть навыками использования и цитирования отечественных и/или зарубежных источников информации при выполнении исследования.1.3. Уметь демонстрировать владение навыками аргументирования своей позиции при ответах на поставленные вопросы. |
| 2.1. Уметь демонстрировать навыки владения формированием делового стиля во внешнем виде для участия в официальном мероприятии (публичной защите ВКР).2.2. Уметь демонстрировать навыки толерантного и доброжелательного отношения к окружающим в ходе официального мероприятия (публичной защите ВКР). 2.3. Уметь реализовать взаимодействие с научным руководителем по теме исследования |
| 3.1. Уметь применять различные методы исследований к анализу текущей рыночной ситуации и внутренней среды компании;3.2. уметь обосновать выбор темы ВКР, демонстрируя ее актуальность;3.3. Уметь критически оценить предлагаемые варианты решений, разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий. |
| ПК-1 способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями | В рамках ВКР:* Уметь охарактеризовать организационную структуру маркетинговой службы;
* Определить выполняемые функции отдельными работниками или подразделениями;
* Уметь разработать должностные инструкции (при необходимости).
 |
| ПК-2 способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию | Охарактеризовать:* Текущую корпоративную и маркетинговые стратегии;
* Возможные направления их совершенствования и развития;
* Тактические инструменты, обеспечивающие реализацию корпоративной и маркетинговой стратегий.
 |
| ПК-3 способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач | Использовать методы финансового анализа для определения сильных и слабых сторон компании и выбора методов решения стратегических задач |
| ПК-4 способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения | В рамках ВКР:* Применение различных методов исследования для анализа рыночной среды;
* Представление полученных результатов в виде аналитических материалов
 |
| ПК-5 владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде | * Определение уровня конкуренции на рынке;
* Выделение основных конкурентов для анализируемой компании, проведение анализа конкурентной ситуации
 |
| ПК-6 способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями  | В рамках ВКР:* Способность проанализировать работы российских и зарубежных авторов по теме исследования;
* Уметь обобщить различные точки зрения
 |
| ПК-7 способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада | Опубликовать статью по теме исследования или выступить на конференции с докладом, отражающим результаты проведенных исследований |
| ПК-8 способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования  | В рамках ВКР:* Обосновать актуальность выбранной темы исследования;
* Показать практическую значимость разработанных в ходе выполнения работы мероприятий
 |
| ПК-9 способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой  | В рамках ВКР:* Разработать план проведения исследования рынка
* Проведение исследования в соответствии с разработанным планом
 |
| ПК-10 способность разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания | В рамках защиты ВКР:* Умение доступно изложить материалы исследования
* Способность создать наглядные демонстрационные материалы по теме исследования для предоставления государственной аттестационной комиссии
 |

**Матрица компетенций, оценка которых вынесена на защиту ВКР**

|  |  |
| --- | --- |
| Задания | Компетенция |
|  |  |
| 1. Разработать / модернизировать проектные решения: * по совершенствованию бизнес-модели и бизнес-процессов компании;
* по маркетинговым стратегиям развития компании и ее подразделений, включая интернет-продвижение и сбыт товаров и услуг, брендинг, коммерциализацию инновационных проектов;
* по совершенствованию организационной структуры маркетинговой службы компании;
* по управлению бюджетом маркетинговой деятельности
 | ОПК-1 |
| ПК-2 |
| ПК-3 |
| ПК-4 |
| ПК-3 |
| 2. Провести исследование:* рынков сбыта (если есть необходимость, то и рынков закупок) компании
* поведения потребителей;
* используемых компанией методов современного маркетинга (в том числе интернет-маркетинга) в сфере товарной, ценовой, коммуникационной и сбытовой деятельности, позиционирования и брендинга, формирования фирменного стиля и лояльности клиентов (с обоснованием проектных решений, направленных на совершенствование этих методов);
* конкурентоспособности компании, ее товаров и услуг
 | ПК-5 |
| ПК-7 |
| ПК-10 |
| 3. Обосновать актуальность темы диссертационного исследования, аргументировать теоретическую и практическую значимость проведенного исследования;4. Подтвердить практическую значимость справкой о внедрении | ОПК-3 |
| ПК-6 |
| ПК-8 |
| 5. Подготовить презентацию, публично защитить результаты исследования, ответить на вопросы членов ГАК | ПК-7 |
| ПК-6 |
| ПК-10 |

 Компетенции ОК-1, ОК-2, ОК-3, ОПК-2, ПК-1, ПК-4, ПК-8, ПК-10 оцениваются научным руководителем ВКР в отзыве (Приложение 8).

Компетенции ОПК-3, ПК-5, ПК-3 оцениваются рецензентом ВКР (Приложение 9).

**Измерительная шкала для оценки уровня сформированности компетенций**

|  |  |
| --- | --- |
| **Составляющие компетенции** | **ОЦЕНКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ** |
| **неудовлетворительно** | **удовлетворительно** | **хорошо** | **отлично** |
| **Полнота знаний** | Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. | Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибки. | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, Допущено несколько несущественных ошибок. |
| **Наличие умений (навыков)** | При решении стандартных задач не продемонстрированы некоторые основные умения и навыки. Имели место грубые ошибки. | Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.  | Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами. | Продемонстрированы все основные умения, некоторые – на уровне хорошо закрепленных навыков. Решены все основные задачи с отдельными несущественными ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, без недочетов.  |
| **Владение опытом и выраженность личностной готовности к профессиональному самосовершенствованию** | Отсутствует опыт профессиональной деятельности. Не выражена личностная готовность к профессиональному самосовершенствованию | Имеется минимальный опыт профессиональной деятельности (все виды практик пройдены в соответствии с требованиями, но есть недочеты). Личностная готовность к профессиональному самосовершенствованию слабо выражена | Имеется опыт профессиональной деятельности (все виды практик пройдены в соответствии с требованиями без недочетов). Личностная готовность к профессиональному самосовершенствованию достаточно выражена, но существенных достижений в профессиональной деятельности на данный момент нет. | Имеется значительный опыт по некоторым видам профессиональной деятельности, больше, чем требуется по программам практик. Личностная готовность к профессиональному самосовершенствованию ярко выражена. Имеются существенные профессиональные достижения. |
| **Характеристика сформированности компетенции** | Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, опыта недостаточно для решения профессиональных задач. Требуется повторное обучение. | Сформированность компетенции (компетенций) соответствует минимальным требованиям компетентностной модели выпускника. Имеющихся знаний, умений, опыта в целом достаточно для решения профессиональных задач, но требуется дополнительная практика по большинству профессиональных задач. | Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям компетентностной модели выпускника, но есть недочеты. Имеющихся знаний, умений, опыта в целом достаточно для решения профессиональных задач, но требуется дополнительная практика по некоторым профессиональным задачам. | Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям компетентностной модели выпускника. Имеющихся знаний, умений, опыта в полной мере достаточно для решения профессиональных задач.  |
| **Итоговая обобщенная оценка сформированности всех компетенций** | Значительное количество компетенций не сформированы | Все компетенции сформированы, но большинство на низком уровне | Все компетенции сформированы на среднем или высоком уровнях | Большинство компетенций сформированы на высоком уровне |
| **Уровень сформированности компетенций** | Нулевой | Низкий | Средний | Высокий |

При оценке сформированности компетенций выпускников на защите ВКР рекомендуется учитывать сформированность следующих составляющих компетенций:

* полнота знаний, оценивается на основе теоретической части работы и ответов на вопросы;
* наличие умений (навыков), оценивается на основе эмпирической части работы и ответов на вопросы;
* владение опытом, проявление личностной готовности к профессиональному самосовершенствованию, оценивается на основе содержания портфолио и ответов на вопросы.

Итоговая обобщенная оценка уровня сформированности системы компетенций, подлежащих проверке оценивается по 4-х балльной шкале:

* «отлично» – сформированность компетенций соответствует требованиям компетентностной модели; выпускник готов самостоятельно решать стандартные и нестандартные профессиональные задачи по видам профессиональной деятельности.
* «хорошо» – сформированность компетенций соответствует требованиям компетентностной модели; выпускник готов самостоятельно решать стандартные профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности;
* «удовлетворительно» – сформированность компетенций соответствует требованиям компетентностной модели; выпускник способен решать определенные профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности;
* «неудовлетворительно» – сформированность компетенций не соответствует требованиям ФГОС; выпускник не готов решать профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности.

В случае несформированности хотя бы одной компетенции, интегрированная оценка не может быть положительной.

По окончании ГИА государственная экзаменационная комиссия по итогам обсуждения оформляет сводную ведомость сформированности компетенций (Приложение 7). В ведомости отражается:

* + оценка сформированности компетенций, отраженная в отзыве научного руководителя и отзыве рецензента,
	+ оценка сформированности компетенций по результатам защиты ВКР.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций и ОПОП ВО по направлению «Менеджмент» .

Авторы:

к.э.н., доцент Шерегов Николай Александрович

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (подпись)

к.э.н., доцент Ангелова Ольга Юрьевна

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (подпись)

Рецензент:

к.э.н., ст. специалист отдела электронных платежей департамента информатизации ПАО «НБД-банк»

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.Н. Визгунов

Заведующий кафедрой информационных технологий и инструментальных методов в экономике

д.э.н., профессор

Ю.В. Трифонов

Программа одобрена на заседании методической комиссии института экономики и предпринимательства от 28 августа 2017 года, протокол № 1.

Приложение 1.

Руководителю магистерской программы

(название программы)

(фамилия, имя, отчество)

от магистранта ИЭП \_\_\_\_\_\_ курса

(форма обучения: очная, очно-заочная, заочная)

(название магистерской программы)

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ группы

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (фамилия, имя, отчество студента)

ЗАЯВЛЕНИЕ

 Прошу утвердить тему выпускной квалификационной работы (ВКР): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(название темы)*

 Предполагаемый объект исследования \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(название предприятия, учреждения, организации)

Контакты магистранта: тел. Моб. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 e-mail \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись студента \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

 Ф.И.О.

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_г.

Подпись научного руководителя\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись руководителя магистерской программы\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Приложение 2.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

 ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

национальный исследовательский НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

 им. Н.И. ЛОБАЧЕВСКОГО

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Кафедра \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |
| --- |
| УтверждаюЗав.каф. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (ф.и.о.)«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_201\_ г. |

**ЗАДАНИЕ ПО ПОДГОТОВКЕ**

 **ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**

Студенту\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Группа\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1.Тема выпускной квалификационной работы (ВКР) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.Срок сдачи студентом законченной ВКР «\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_201\_ г.

3.Содержание и объем работы (пояснительной, расчетной и экспериментальной частей, перечень вопросов, подлежащих разработке): Исходные данные к выпускной квалификационной работе

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

подготовлены при прохождении преддипломной практики на (в) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (организация, предприятие)

4.Перечень подлежащих разработок вопросов (или краткое содержание плана) в выпускной квалификационной работе и задания для определения результатов освоения основной профессиональной образовательной программы (см. в приложение) и сроки выполнения:

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5.Перечень графического иллюстрированного материала (с точным указанием обязательных таблиц, чертежей, графиков и др.):

6.Консультанты по работе:

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

(фамилия, имя, отчество, занимаемая должность, телефон)

(наименование консультируемых разделов)

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

7.Руководитель работы\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(фамилия, имя, отчество)

(занимаемая должность, организация, телефон)

Подпись\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Дата выдачи задания от «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_201\_ г.

Подпись студента\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Приложение 3.

наименование организации

 почтовый адрес, телефон

##### СПРАВКА

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(дата)

######  Н. Новгород

⎡О результатах внедрения⎤

проектных решений ВКР

Студент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 фамилия, имя, отчество

\_\_\_\_\_\_\_группы Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского в процессе работы над выпускной квалификационной работой принял непосредственное участие в разработке\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (перечень вопросов)

 Материалы ВКР\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(включены в проектные материалы организации,

 проходят опытную эксплуатацию, подготовлены к внедрению, внедрены)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(наименование должности (личная подпись) (И. О. Фамилия)

 руководителя организации)

 М .П.

Приложение 4

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение

высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского» (ННГУ)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

##### Кафедра информационных технологий и инструментальных методов в экономике

Магистерская образовательная программа «Маркетинг»

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

на тему:»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Работа допущена к защитеРуководитель магистерской образовательной программы «Маркетинг»д. э. н., профессор\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Л.А. Горшкова | Н.Новгород 2017 | Исполнитель:студент (ка) \_\_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ гр.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_О. В. СоловьевРуководитель работы: наименование должности\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.К. Алексеев подпись датаКонсультант: наименование должности\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.К. Алексеев подпись дата Рецензент: наименование должности\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.К. Алексеев подпись\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |

Приложение 5

**Примеры тем и планов ВКР**

Тема 1 «Разработка и реализация бизнес-проекта по производству и выводу на российский рынок марокканского арганового масла»

Оглавление

Введение………………………………………………………………………………..3

Глава 1. Международный маркетинг и стратегии выхода на внешние рынки……7

* 1. Сущность и специфика международного  маркетинга………………………..7
	2. Мотивы и этапы выхода компаний на внешние рынки…………………….....13
	3. Стратегии  выхода компаний на внешние  рынки…………………………......18

Глава 2. Разработка бизнес-плана производства арганового масла и его вывода

на российский рынок …………………………………………………..24

2.1 Характеристика потребительских свойств арганового масла .………………24

2.2 Описание бизнес-идеи……………………………………………………….…..27

2.3 Анализ международного рынка арганового масла……………………………..29

2.4 Разработка бизнес-плана производства арганового масла и его вывода

на российский рынок…………………………………………………………….…..37

Глава 3. Реализация бизнес плана по производству и выводу арганового

масла на российский рынок…………………………………………………………49

3.1 Создание марокканской компании по производству и выводу аргановового

 масла…………………………………………………………………………..…….49

3.2 Создание российского филиала по продвижению и сбыту масла…….……56

3.3 Создание товарного знака…………………………………………………...…64

3.4 Разработка проектных решений по продвижению и сбыту арганового

масла на российском рынке…………………………………………………………68

Заключение……………………………………………………………………………..81

Список литературы…………………………………………………………………….82

Приложение 1. (Название приложения 1)

Приложение 2. (Название приложения 2)

. . .

Тема 2. Исследование и совершенствование деятельности по интернет-продвижению рекламного агентства полного цикла

Содержание

[Введение. 1](#_Toc470780050)

[1. Теоретические аспекты разработки и реализации стратегии компании в интернете. 2](#_Toc470780051)

[1.1.Понятие и виды маркетинговых стратегий. 2](#_Toc470780052)

[1.2.Современные инструменты продвижения компании в интернете. 6](#_Toc470780053)

[2.Анализ деятельности компании «Мега Арт» на нижегородском рынке рекламных услуг. 8](#_Toc470780054)

[2.1. Характеристика рекламного агентства «Мега Арт» и анализ деятельности по продвижению на рынке рекламных услуг. 8](#_Toc470780055)

[2.2. Исследование потребителей услуг агентства. 9](#_Toc470780056)

[2.3. Анализ нижегородского рынка услуг наружной рекламы. 12](#_Toc470780057)

[2.4. Анализ посещаемости сайта за 2015-2016 год. 15](#_Toc470780058)

[2.5*.* Анализ деятельности конкурентов по продвижению в интернете. 17](#_Toc470780059)

[3. Разработка стратегии продвижения рекламного агентства в интернете. 20](#_Toc470780060)

[3.1. Стратегия продвижения рекламного агентства в интернете. 20](#_Toc470780061)

[3.2. Разработка нового, продающего сайта. 21](#_Toc470780062)

[3.3.Контетная стратегия. 24](#_Toc470780063)

[3.4.Стратегия в области контекстной рекламы. 24](#_Toc470780064)

[3.5.Стратегия email маркетинга. 25](#_Toc470780065)

[3.6.Стратегия SMM. 27](#_Toc470780066)

[3.7.Стратегия в области SEO продвижения. 27](#_Toc470780067)

[4.  Реализация стратегии продвижения исследуемой компании в интернете. 27](#_Toc470780068)

[4.1. Разработка нового, продающего сайта. 27](#_Toc470780069)

[4.2. Контекстная реклама. 32](#_Toc470780070)

[4.3.Реализация стратегии email маркетинга. 39](#_Toc470780071)

[4.4.Реализация стратегии SMM. 46](#_Toc470780072)

[4.5. Промежуточные результаты применяемой стратегии. 47](#_Toc470780073)

[4.6.Рекомендации по улучшению эффективности выбранной стратегии. 50](#_Toc470780074)

[Заключение. 50](#_Toc470780075)

[Список использованной литературы. 51](#_Toc470780076)

[Приложения. 52](#_Toc470780077)

[Приложение 1. Семантическое ядро. 52](#_Toc470780078)

[Приложение 2. SEO данные – позиции в ПС Яндекс. 56](#_Toc470780079)

[Приложение 3. Статьи. 58](#_Toc470780080)

Тема 3 «Совершенствование деятельности по продвижению торговой марки сталепромышленной компании»

# Оглавление

[Введение……………………………………………………………………………3](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%A1%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%AE%D0%BB%D0%B8%D1%8F%5C%D0%94%D0%98%D0%9F%D0%9B%D0%9E%D0%9C%20%284%29.doc#_Toc451622092)

[Глава 1. Теоретические основы продвижения торговой марки…………………6](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%A1%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%AE%D0%BB%D0%B8%D1%8F%5C%D0%94%D0%98%D0%9F%D0%9B%D0%9E%D0%9C%20%284%29.doc#_Toc451622093)

[1.1 Роль торговой марки в успешной деятельности компании 6](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%A1%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%AE%D0%BB%D0%B8%D1%8F%5C%D0%94%D0%98%D0%9F%D0%9B%D0%9E%D0%9C%20%284%29.doc#_Toc451622094)

[1.2 Комплекс мероприятий, направленный на продвижение торговой марки …15](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%A1%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%AE%D0%BB%D0%B8%D1%8F%5C%D0%94%D0%98%D0%9F%D0%9B%D0%9E%D0%9C%20%284%29.doc#_Toc451622095)

[Глава 2. Анализ деятельности филиала сталепромышленной](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%A1%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%AE%D0%BB%D0%B8%D1%8F%5C%D0%94%D0%98%D0%9F%D0%9B%D0%9E%D0%9C%20%284%29.doc#_Toc451622098) [компании «ЕВРАЗ Металл Инпром» в г.Нижний Новгород ..………………………………….……24](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%A1%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%AE%D0%BB%D0%B8%D1%8F%5C%D0%94%D0%98%D0%9F%D0%9B%D0%9E%D0%9C%20%284%29.doc#_Toc451622099)

[2.1 \*Организационно – экономическая характеристика филиала «ЕВРАЗ](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%A1%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%AE%D0%BB%D0%B8%D1%8F%5C%D0%94%D0%98%D0%9F%D0%9B%D0%9E%D0%9C%20%284%29.doc#_Toc451622100)

[Металл Инпром» в г. Нижнем Новгороде](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%A1%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%AE%D0%BB%D0%B8%D1%8F%5C%D0%94%D0%98%D0%9F%D0%9B%D0%9E%D0%9C%20%284%29.doc#_Toc451622101)  3

[2.2 Анализ сталепромышленного рынка г. Нижнего Новгорода 45](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%A1%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%AE%D0%BB%D0%B8%D1%8F%5C%D0%94%D0%98%D0%9F%D0%9B%D0%9E%D0%9C%20%284%29.doc#_Toc451622103)

[2.3 Исследование узнаваемости торговой марки компании](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%A1%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%AE%D0%BB%D0%B8%D1%8F%5C%D0%94%D0%98%D0%9F%D0%9B%D0%9E%D0%9C%20%284%29.doc#_Toc451622104)  [«ЕВРАЗ Металл Инпром» 54](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%A1%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%AE%D0%BB%D0%B8%D1%8F%5C%D0%94%D0%98%D0%9F%D0%9B%D0%9E%D0%9C%20%284%29.doc#_Toc451622105)

[2.4 Анализ деятельности по интернет-продвижению торговой марки компании «ЕВРАЗ Металл Инпром» 66](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%A1%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%AE%D0%BB%D0%B8%D1%8F%5C%D0%94%D0%98%D0%9F%D0%9B%D0%9E%D0%9C%20%284%29.doc#_Toc451622108)

[Глава 3. Совершенствование деятельности по продвижению торговой](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%A1%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%AE%D0%BB%D0%B8%D1%8F%5C%D0%94%D0%98%D0%9F%D0%9B%D0%9E%D0%9C%20%284%29.doc#_Toc451622109)

[марки компании «ЕВРАЗ Металл Инпром»……………………………………..](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%A1%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%AE%D0%BB%D0%B8%D1%8F%5C%D0%94%D0%98%D0%9F%D0%9B%D0%9E%D0%9C%20%284%29.doc#_Toc451622110)

[3.1 Разработка мероприятий для](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%A1%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%AE%D0%BB%D0%B8%D1%8F%5C%D0%94%D0%98%D0%9F%D0%9B%D0%9E%D0%9C%20%284%29.doc#_Toc451622111) [продвижения торговой марки компании «ЕВРАЗ Металл Инпром»](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%A1%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%AE%D0%BB%D0%B8%D1%8F%5C%D0%94%D0%98%D0%9F%D0%9B%D0%9E%D0%9C%20%284%29.doc#_Toc451622112)

[3.2 Обоснование экономической и социальной эффективности предложенных мероприятий](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%A1%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%AE%D0%BB%D0%B8%D1%8F%5C%D0%94%D0%98%D0%9F%D0%9B%D0%9E%D0%9C%20%284%29.doc#_Toc451622119)

Список литературы

Заключение

Приложение 1. Рекламная продукция

Приложение 2. Анкета: выявление отношения потребителей к торговой марке сталепромышленной компании

*\*В данном разделе следует описать показатели финансового состояния в динамике. Либо вынести этот материал в отдельный раздел*

Тема 4 «Исследование конкурентной стратегии компании-дистрибьютора продуктов питания»

Оглавление

Введение

Глава 1. Теоретические и прикладные основы разработки и реализации конкурентной стратегии

* 1. Понятие конкурентной стратегии
	2. Методы проведения конкурентного анализа
	3. Основы разработки и реализации конкурентной стратегии предприятия

Глава 2. Анализ конкурентных преимуществ ООО «Торговый Дом «ВКТ»

2.1. Технико-экономическая характеристика ООО «Торговый Дом «ВКТ»

2.2. Анализ внешней среды

2.3. Анализ конкурентоспособности ООО «ТД «ВКТ»

Глава 3. Разработка конкурентной стратегии ООО «Торговый Дом «ВКТ»

3.1. Обоснование выбора конкурентной стратегии ООО «ТД «ВКТ»

3.2. Разработка мероприятий по реализации стратегии

Заключение

Библиографический список

Приложение 1. (Название приложения 1)

Приложение 2. (Название приложения 2)

. . .

Тема 5 «Стратегическое планирование маркетинговой деятельности

регионального дилера операторов сотовой связи»

Оглавление

[Введение](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433232)

[Глава I Теоретические аспекты стратегического планирования](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433233)

[1.1. Процесс стратегического планирования9](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433234)

[1.2. Миссия, задачи и цели организации14](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433235)

[1.3. Основные методы формирования маркетинговой стратегии фирмы](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433236)

[1.4. Классификация маркетинговых стратегий](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433237)

[1.4.1. Классификация стратегий по уровням управления компанией](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433238)

[1.4.2. Классификация стратегий по типу развития фирмы](file:///C%3A%5C%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx%22%20%5Cl%20%22_Toc409433239)

[1.4.3. Классификация стратегий по функциональному признаку](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433240)

[Глава II Анализ маркетинговой деятельности дилера «MP-retail» операторов сотовой связи по Чувашской республике](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433241)

[2.1. Общая характеристика «MP-retail»](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433242)

[2.2. Миссия, цели компании](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433243)

[2.3. Анализ факторов внешней среды «MP- retail»](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433244)

[2.3.1. Анализ поставщиков50](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433245)

[2.3.2. Анализ потребителей](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433246)

[2.3.3. Анализ конкурентов60](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433247)

[2.4. Анализ внутренней среды «MP-retail»](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433248)

[2.4.1. Кадровая стратегия компании](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433249)

[2.4.2. Анализ организационной струтктуры маркетинговой службы**...........**71](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433250)

[2.5. SWOT-анализ](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433251)

[Глава III Разработка проектных решений по совершенствованию маркетинговой стратегии компании 79](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433252)

[3.1. Разработка решений по модернизации маркетинговой стратегии компании…………………………………………………………………………79](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433253)

[3.2. Разработка решений по стратегии интернет-продвижения услуг сотовой связи……………………………………………………………………………...](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433259)

[Заключение 95](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433260)

[Список литературы 9](file:///C%3A%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx#_Toc409433261)7

П[риложение 1. Фрагменты внутренних нормативных документов](file:///C%3A%5C%5C%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%B0%D0%BF%D0%BA%D0%B0%5C%5C%D0%90-%D0%A1%D0%A2%D0%A3%D0%94%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%AB%5C%5C%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%8B%5C%5C%D0%9F%D0%BE2016%5C%5C%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%AF%D0%BD%D0%B22015%5C%5C%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D1%8B%D0%B9.docx%22%20%5Cl%20%22_Toc409433262) 98

Приложение 2. (Название приложения)

Тема 6 «Исследование и совершенствование деятельности по интернет-продвижению карнавального магазина»

ВВЕДЕНИЕ

Глава 1. Ключевые инструменты привлечения потенциальных клиентов на площадки электронной торговли.

* 1. Маркетинг в социальных сетях (СММ).
		1. Сущность маркетинга в социальных сетях.
		2. Характеристика основных социальных сетей.
		3. Методы продвижения товаров и услуг в социальной сети «Вконтакте».
	2. Поисковая оптимизация сайта (SEO).
	3. Контекстная реклама.

1.3.1. Сущность контекстной рекламы и сравнительный анализ интернет сервисов

1.3.2. Организация рекламной кампании в Яндекс.Директе.

Глава 2. Анализ методов продвижения карнавального магазина «Костюмерия Шоу».

2.1. Анализ российского рынка карнавальных костюмов

2.2.Общая характеристика компании. Основные площадки электронной торговли.

2.3. Анализ методов продвижения товаров и услуг компании в социальной сети «Вконтакте».

2.4. Анализ SEO-оптимизации интернет магазина «Костюмерии Шоу»

2.5. Анализ разработки и проведения рекламной кампании в Яндекс Директе

Глава 3. Разработка решений по совершенствованию интернет-продвижения карнавального магазина, оценка их эффективности.

3.1. Разработка проектных решений по совершенствованию интернет-продвижения карнавального магазина

3.2. Оценка их эффективности предложенных решений

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Приложение 1. (Название приложения 1)

Приложение 2. (Название приложения 2)

. . .

Тема 7 «Исследование методов продвижения образовательных услуг аспирантуры национального исследовательского университета»

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

* 1. Образовательная услуга как конечный результат деятельности вуза на рынке
	2. Особенности маркетинга образовательных услуг
	3. Подходы к оценке эффективности маркетинга образовательных услуг

Глава 2. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ АСПИРАНТУРЫ ННГУ ИМ. Н.И.ЛОБАЧЕВСКОГО

2.1. Исследование рынка образовательных услуг аспирантуры Нижегородской области

2.2. Оценка лояльности потребителей образовательных услуг ННГУ им. Н.И.Лобачевского

2.3. Разработка программы продвижения образовательных услуг аспирантуры ННГУ им. Н.И.Лобачевского

Глава 3. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ АСПИРАНТУРЫ ННГУ ИМ. Н.И.ЛОБАЧЕВСКОГО

3.1. Реализация программы продвижения образовательных услуг аспирантуры ННГУ им. Н.И.Лобачевского

3.2. Оценка эффективности маркетинговых мероприятий по продвижению образовательных услуг аспирантуры ННГУ им. Н.И.Лобачевского

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ЛИТЕРАТУРА

Приложение 1. (Название приложения 1)

Приложение 2. (Название приложения 2)

. . .

Тема 8 «**Совершенствование фирменного стиля туристической компании»**

Введение

Глава 1. Теоретические основы создания фирменного стиля организации

* 1. Понятие и значение фирменного стиля для организации
	2. Структурные элементы фирменного стиля и этапы его проектирования

Глава 2. Изучение состояния фирменного стиля туристической компании на примере ООО «ГАМА»

2.1. Организационно-экономическая характеристика ООО «ГАМА»

2.2. Анализ конкурентной среды и используемые фирменные стили конкурентов

2.3. Анализ преимуществ и недостатков действующего фирменного стиля ООО «ГАМА»

Глава 3. Разработка решений по совершенствованию фирменного стиля компании в целях повышения ее конкурентоспособности

3.2. Разработка проектных решений по совершенствованию фирменного стиля

3.3. Оценка эффективности предложенных решеий

Заключение

Список литературы

Приложение 1. (Название приложения 1)

Приложение 2. (Название приложения 2)

. . .

Приложение 6

**Карта компетенций**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код компетенции по ОПОП | Характеристика компетенции | Составляющие компетенции |
| Знания | Умения и навыки | Владение опытом и личностная готовность к профессиональному совершенствованию |
| ОК-1 | способность к абстрактному мышлению, анализу | Знать принципы диалектического метода познания при формулировке взаимосвязи предмета и объекта исследования в системе экономических связей и информатике. | Владеть навыками применения принципов диалектического метода познания при формулировке взаимосвязи предмета и объекта исследования в системе экономических связей и информатике.Уметь выявлять последовательность этапов деятельности и возможности дальнейшего развития применительно к объекту исследования и экономической/информационной/программной/технической среде, в которой он функционирует. | В рамках темы ВКР демонстрация способности к абстрактному мышлению и анализу. |
| ОК-2 | готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения | Знать:* как действовать в нестандартных ситуациях.
* о необходимости нести социальную и этическую ответственность за принятые решения
 | Иметь навыки действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения | В рамках темы ВКР демонстрировать готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения |
| ОК-3 | готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала | Стремление к обучению и творческому развитию. | Иметь навыки оформления работ в соответствии с требованиями методических указаний.Представление работ в соответствии с учебным планом в установленные сроки.  | Уметь оформить ВКР в соответствии с требованиями методических указаний по выполнению ВКР.Представить ВКР в ГЭК в установленные сроки.  |
| ОПК-1 | готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности | Уметь ясно, логично и грамотно излагать результаты исследования при написании и защите ВКР. | Уметь демонстрировать владение навыками аргументирования своей позиции при ответах на поставленные вопросы. | Владеть навыками использования и цитирования отечественных и/или зарубежных источников информации при выполнении исследования. |
| ОПК-2 | готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия | Знать понятия делового стиля и толерантного и доброжелательного отношения к окружающим | 1. Уметь демонстрировать навыки владения формированием делового стиля во внешнем виде для участия в официальном мероприятии (публичной защите ВКР).2. Уметь демонстрировать навыки толерантного и доброжелательного отношения к окружающим в ходе официального мероприятия (публичной защите ВКР). 3. Уметь реализовать взаимодействие с научным руководителем по теме исследования | 1. Демонстрировать навыки владения формирования делового стиля во внешнем виде для участия в официальном мероприятии (публичной защите ВКР).2. Демонстрировать навыки толерантного и доброжелательного отношения к окружающим в ходе официального мероприятия (публичной защите ВКР).  |
| ОПК-3 | способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования | Знать современные проблемы и методы и инструменты маркетинга | 3.1. Уметь применять различные методы исследований к анализу текущей рыночной ситуации и внутренней среды компании;3.2. уметь обосновать выбор темы ВКР, демонстрируя ее актуальность;3.3. Уметь критически оценить предлагаемые варианты решений, разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий. | Анализировать современные проблемы и методы маркетинга в рамках темы ВКР |
| ПК-1 | способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями | * Знать подходы к формированию организационную структуру маркетинговой службы;
* Знать основные выполняемые маркетинговые функции
 | * Уметь охарактеризовать организационную структуру маркетинговой службы;
* Уметь определить выполняемые функции отдельными работниками или подразделениями;
* Уметь разработать должностные инструкции (при необходимости).
 | В рамках ВКР:Владеть методами эффективного распределения функций при реализации маркетинговых функций |
| ПК-2 | способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию | Знать типологию корпоративных и маркетинговых стратегий; | Уметь охарактеризовать текущую корпоративную и маркетинговые стратегии;Уметь опредлелить возможные направления совершенствования и развития корпоративной и функциональных стратегий;  | В рамках ВКР Охарактеризовать:* Текущую корпоративную и маркетинговые стратегии;
* Возможные направления их совершенствования и развития;
* Тактические инструменты, обеспечивающие реализацию корпоративной и маркетинговой стратегий.
 |
| ПК-3 | способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач | Знать методы финансового анализа | Уметь использовать методы финансового анализа для определения сильных и слабых сторон компании и выбора методов решения стратегических задач | В рамках ВКР применить методы финансового анализа для определения сильных и слабых сторон компании и выбора методов решения стратегических задач |
| ПК-4 | способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения | Знать различные методы исследования рыночной среды;Знать методы представления полученных результатов в виде аналитических материалов  | Уметь применять различных методов исследования для анализа рыночной среды; | В рамках ВКР:* Применение различных методов исследования для анализа рыночной среды;
* Представление полученных результатов в виде аналитических материалов
 |
| ПК-5 | владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде | * Знать методы экономического и стратегического анализа
 | * Уметь применять изученные методы для определения уровня конкуренции на рынке;
 | В рамках ВКР* Определить уровень конкуренции на рынке;
* Выделить основных конкурентов для анализируемой компании, провести анализ конкурентной ситуации
 |
| ПК-6 | способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями  | Знать методы критической и систематизации оценки результатов исследований | * Уметь анализировать работы российских и зарубежных авторов
 | В рамках ВКР:* проанализировать работы российских и зарубежных авторов по теме исследования;
* обобщить различные точки зрения
 |
| ПК-7 | способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада | Знать требования к написанию научных работ | Уметь применять требования по оформлению и содержанию к научным работам (в том числе и к ВКР) | Опубликовать статью по теме исследования или выступить на конференции с докладом, отражающим результаты проведенных исследований |
| ПК-8 | способность обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования  | Знать методы оценки эффективности разрабатываемых мероприятий | Уметь обосновать актуальность выбранной темы исследования и продемонстрировать практическую значимость разработанных мероприятий | В рамках ВКР:Обосновать актуальность выбранной темы исследования;Показать практическую значимость разработанных в ходе выполнения работы мероприятий |
| ПК-9 | способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой  | Знать методы планирования | Уметь разработать планы исследований и проводить исследования в соответствии с ним | В рамках ВКР:Разработать план проведения исследования рынкаПроведение исследования в соответствии с разработанным планом |
| ПК-10 | способность разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение управленческих дисциплин, а также применять современные методы и методики в процессе их преподавания | Знать современные педагогические методики;Знать современные средства визуализации информации | * Уметь доступно изложить материалы исследования
* уметь создать наглядные демонстрационные материалы
 | В рамках защиты ВКР:Умение доступно изложить материалы исследованияСпособность создать наглядные демонстрационные материалы по теме исследования для предоставления государтвенной аттестационной комиссии |

Приложение 7

**Сводная ведомость**

сформированности компетенций

по направлению подготовки 38.04.02 ««Менеджмент» »

«\_\_\_\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_201\_\_ г. № группы\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Присутствовали: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ф.И.О.Кодкомпетенции | 1. Иванов И.И.
 | 1. Петров С.С.
 | 3. | … |  |  |  |  |  |  |  | 12. Цветочкина А.А. |
| ОК-1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ОК-2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ОК-3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ОПК-1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ОПК-2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ОПК-3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ПК-1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ПК-2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ПК-3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ПК-4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ПК-5 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ПК-6 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ПК-7 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ПК-8 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ПК-9 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ПК-10 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Особые мнения комиссии **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Председатель ГЭК**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** ФИО

(подпись)

Секретарь ГЭК **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** ФИО

(подпись)

**Приложение 8**

**ОТЗЫВ НАУЧНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ**

**на выпускную квалификационную работу студента по выполнению задач Государственной итоговой аттестации**

|  |
| --- |
|  |
| *Фамилия, имя, отчество студента* |
| **тема выпускной квалификационной работы:** |  |
|  |
|  |
|  |
| **квалификация** (бакалавр, магистр, специалист)  |  ***магистр*** |
|  | *нужное указать* |
| **направление подготовки:**  | ***38.04.02 «Менеджмент» (ОПОП «Маркетинг»)*** |

**Сформированность компетенций у выпускника по итогам выполнения аттестационных заданий (заданий на выпускную квалификационную работу)** (представлена в Приложении А к отзыву научного руководителя)

|  |  |
| --- | --- |
|  Неправомерные заимствования в работе **имеются/ не имеются** *(подчеркнуть)*  |  |
| **Соответствие выпускной квалификационной работы требованиям[[1]](#footnote-1)**

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование требования | Заключение о соответствии требованиям (отметить «соответствует», «соответствует не в полной мере», или «не соответствует») |
| 1. Актуальность темы  |  |
| 2.Соответствие содержания теме |  |
| 3. Полнота, глубина, обоснованность решения поставленных вопросов |  |
| 4. Новизна |  |
| 5. Правильность расчетных материалов  |  |
| 6. возможности внедрения и опубликования работы |  |
| 7. Практическая значимость |  |
| 8. оценка личного вклада автора |  |

 Недостатки работы :\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |
| --- | --- |
| Общее заключение о соответствии выпускной квалификационной работы требованиям:ВКР установленным в ОПОП требованиям соответствует / частично соответствует / не соответствует (*нужное подчеркнуть*) |  |
| Обобщенная оценка содержательной части выпускной квалификационной работы *(письменно):* |  |  |

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Научный руководитель: | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Фамилия И.О. |

« » 20 г.

Приложение А

к отзыву научного руководителя

**Сформированность компетенций у выпускника по итогам выполнения аттестационных заданий (заданий на выпускную квалификационную работу)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Задания | Компетенция | Обобщенная оценка сформированности компетенции[[2]](#footnote-2) |
| 1. Ознакомление с тематикой исследовательских работ в данной области и составление плана диссертационного исследования. | ПК-6 |  |
| ПК-7 |  |
| 2. Самостоятельный сбор, систематизация и анализ литературных источников и информации (в том числе работа с библиотечным фондом, интернет-ресурсами). | ОК-1  |  |
| ОК-3 |  |
| ПК-4 |  |
| 3. Сбор и обработка эмпирического материала для подготовки теоретической части исследования | ОК-1 |  |
| ОК-2 |  |
| ПК-4 |  |
| 4. Описание научных и практических проблем по теме исследования 5. Анализ результатов проведенного исследования и обоснование полученных выводов | ОК-3 |  |
| ПК-4 |  |
| 6. Сбор и обработка исходной информации об объекте исследования для последующего анализа (в том числе статистические данные, плановые и отчетные документы, материалы мониторингов, нормативно-справочные документы, а также личные наблюдения), обоснование способов и методов анализа собранного материала | ОК-3 |  |
| ПК-1 |  |
| ПК-4 |  |
| 7. Предложение организационно-управленческих решений по теме исследования | ОК-2 |  |
| ОПК-2 |  |
| 8. Оценка предполагаемых вариантов управленческих решений с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий, оценка возможности применения их результатов в учебном процессе | ПК-10 |  |
| ПК-4 |  |
| ОПК-2 |  |
| 9. Подготовка презентации для публичной защиты диссертационного исследования | ОК-3 |  |
| ПК-10 |  |

Научный руководитель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

 Фамилия И.О

**Приложение 9**

**РЕЦЕНЗИЯ**

**на выпускную квалификационную работу**

|  |
| --- |
|  |
| *Фамилия, имя, отчество студента* |
| **тема выпускной квалификационной работы:**  |
|  |
|  |
| **квалификация** (магистр, специалист)  | ***магистр*** |
|  | *нужное указать* |
| **направление подготовки:** | ***38.04.02. «Менеджмент» (ОПОП «Маркетинг»)*** |

**Сформированность компетенций у выпускника по итогам выполнения аттестационных заданий (заданий на выпускную квалификационную работу) (**представлена в Приложении Б к отзыву рецензента)

**Соответствие выпускной квалификационной работы требованиям**

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование требования | Заключение о соответствии требованиям (отметить «соответствует», «соответствует не в полной мере», или «не соответствует») |
| 1. Актуальность темы  |  |
| 2. Соответствие содержания работы заявленной теме |  |
| 3. Полнота проработки вопросов  |  |
| 4. Новизна |  |
| 5. Наличие оригинальных разработок |  |
| 6. Качество анализа |  |
| 7. Практическая значимость и применимость результатов на практике |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Достоинства содержательной части выпускной квалификационной работы:** |  |
|  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Ошибки и недостатки содержательной части выпускной квалификационной работы:** |  |
|  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| Общее заключение о соответствии выпускной квалификационной работы требованиям:ВКР установленным в ОПОП требованиям***соответствует / частично соответствует / не соответствует*** (*нужное указать*) |
| Обобщенная оценка содержательной части выпускной квалификационной работы *(письменно):* |  |
|  |
| **Рецензент:** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  |  *\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_* | Фамилия И.О. |

должность

М.П. « » 201\_ г

Приложение Б

к отзыву рецензента

**Сформированность компетенций у выпускника по итогам выполнения аттестационных заданий (заданий на выпускную квалификационную работу)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Задания | Компетенция | Обобщенная оценка сформированности компетенции[[3]](#footnote-3) |
| 1. Обоснование актуальности и практической значимости избранной темы научного исследования  | ОПК-3 |  |
| 2. Проведение самостоятельных научных исследований по теме ВКР | ОПК-3 |  |
| 3. Использование при выполнении ВКР методов экономического и стратегического анализа:* поведения экономических агентов в глобальной среде
* исследования рынков в глобальной среде
 | ПК-5 |  |
| 5. Использование современных методов управления корпоративными финансами для решениястратегических задач  | ПК-3 |  |

Рецензент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

 Фамилия И.О.

1. Список требований к выпускным квалификационным работам, их содержательные характеристики и критерии оценки соответствия устанав-ливаются методическими комиссиями факультетов (институтов) и приводятся в Основных профессиональных образовательных программах. [↑](#footnote-ref-1)
2. Обобщенная оценка сформированности компетенции определяется с учетом полноты знаний, наличия умений (навыков), владения опытом, проявления личностной готовности к проф. самосовершенствованию. [↑](#footnote-ref-2)
3. Обобщенная оценка сформированности компетенции определяется с учетом полноты знаний, наличия умений (навыков), владения опытом, проявления личностной готовности к проф. самосовершенствованию. [↑](#footnote-ref-3)