

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Костромской государственный университет»

## **ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»

Направленность: «Маркетинговое управление организациями»

Квалификация выпускника: магистр

Кострома  
2021

Программа государственной итоговой аттестации разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12 августа 2020 г. № 952)

Разработал: Гуляева Мария Константиновна, зав. кафедрой менеджмента и маркетинга КГУ, к.э.н., доцент

Рецензенты: Творогова И.Н., к.э.н., генеральный директор ООО «Каскад МИА»  
Карев А.К. директор по бренду и маркетинговым коммуникациям ПАО «ВымпелКом» (бренд билайн)

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА

На заседании кафедры менеджмента и маркетинга

Протокол № 3 от 16 ноября 2021 г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

Протокол № 8 от 18.04.2023 г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

На заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

Протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## 1. Цели и задачи государственной итоговой аттестации

**Целями** государственной итоговой аттестации является установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям ФГОС ВО направления 38.04.02 «Менеджмент» квалификации «магистр», оценка качества освоения ОП «Маркетинговое управление организациями» и степени обладания выпускниками необходимыми общекультурными, общепрофессиональными, профессиональными и специальными компетенциями.

**Задачи** государственной итоговой аттестации:

- Выявление уровня общей культуры и готовности выпускника к решению профессиональных задач в соответствии с видами профессиональной деятельности магистра: аналитической и организационно-управленческой;
- Определение уровня профессиональной компетентности и научно-исследовательских умений магистранта, глубины его знаний в избранной научной области, относящейся к направлению «Менеджмент» направленность «Маркетинговое управление организациями»;
- Выявление теоретических знаний, практических умений и навыков в области профессиональной управленческой деятельности;
- Оценка качества сформированных компетенций.

## 2. Перечень компетенций, оцениваемых в ходе государственной итоговой аттестации

В процессе государственной итоговой аттестации осуществляется оценка владения следующими компетенциями:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальных компетенций	Индикаторы достижения компетенций
Системное критическое мышление	<b>УК-1.</b> Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	<b>ИД-1ук-1 – знает:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- принципы сбора, отбора и обобщения информации;</li><li>- процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования и разработки стратегий проведения исследований, организации процесса принятия решения.</li></ul> <b>ИД-2ук-1 – умеет:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- соотносить разнородные явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной деятельности.</li></ul> <b>ИД-3ук-1 – имеет практический опыт:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- работы с информационными источниками, опыт научного поиска, создания научных текстов;</li><li>- методами принятия решения;</li><li>- методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них;</li><li>- методиками постановки цели и определения способов ее достижения;</li><li>- методиками разработки стратегий действий при проблемных ситуациях.</li></ul>
Разработка и реализация проектов	<b>УК-2.</b> Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	<b>ИД-1ук-2 – знает:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы;</li><li>- методы управления проектами;</li><li>- этапы жизненного цикла проекта.</li></ul> <b>ИД-2ук-2 – умеет:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- определять круг задач в рамках избранных видов</li></ul>

		<p>профессиональной деятельности, планировать собственную деятельность исходя из имеющихся ресурсов; соотносить главное и второстепенное, решать поставленные задачи в рамках избранных видов профессиональной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать и анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов;</li> <li>- разрабатывать проекты, определять целевые этапы и основные направления работ.</li> </ul> <p><b>ИД-3ук-2 – имеет практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применения нормативной базы и решения задач в области избранных видов профессиональной деятельности;</li> <li>- методиками разработки проектов;</li> <li>- методами оценки эффективности проекта, а также потребности ресурсах.</li> </ul>
Командная работа	<p><b>УК-3.</b> Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p><b>ИД-1ук-3 – знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия;</li> <li>- методики формирования команд;</li> <li>- методы эффективного руководства коллективами.</li> </ul> <p><b>ИД-2ук-3 – умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- строить отношения с окружающими людьми, с коллегами;</li> <li>- разрабатывать командную стратегию;</li> <li>- организовывать работу коллективов;</li> <li>- управлять коллективом;</li> <li>- разрабатывать мероприятия по личностному, образовательному и профессиональному росту.</li> </ul> <p><b>ИД-3ук-3 – имеет практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- участия в командной работе, в социальных проектах, распределения ролей в условиях командного взаимодействия;</li> <li>- методами организации и управления коллективом, планированием его действий.</li> </ul>
Коммуникация	<p><b>УК-4.</b> Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p><b>ИД-1ук-4 – знает:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- литературную форму государственного языка, основы устной и письменной коммуникации на иностранном языке, функциональные стили родного языка, требования к деловой коммуникации;</li> <li>- современные коммуникативные технологии на русском и иностранном языках;</li> <li>- закономерности деловой устной и письменной коммуникации.</li> </ul> <p><b>ИД-2ук-4 – умеет:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выражать свои мысли на государственном, родном и иностранном языке в ситуации деловой коммуникации;</li> <li>- применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения.</li> </ul> <p><b>ИД-3ук-4 – имеет практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составления текстов на государственной и родном языках, опыт перевода текстов с иностранного языка на родной, опыт говорения на государственном и иностранном языках;</li> <li>- методикой межличностного делового общения на русском и иностранном языках, с применением</li> </ul>

		профессиональных языковых форм и средств.
Межкультурное взаимодействие	<b>УК-5.</b> Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	<b>ИД-1ук-5 – знает:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации;</li> <li>- сущность, разнообразие и особенности различных культур, их соотношение и взаимосвязь.</li> </ul> <b>ИД-2ук-5 – умеет:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вести коммуникацию с представителями иных национальностей и конфессий с соблюдением этических и межкультурных норм;</li> <li>- обеспечивать и поддерживать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур и навыки общения в мире культурного многообразия.</li> </ul> <b>ИД-3ук-5 – имеет практический опыт:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализа философских и исторических факторов, опыт оценки явлений культуры;</li> <li>- владеет способами анализа разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации и их разрешения.</li> </ul>
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе, здоровьесбережение)	<b>УК-6.</b> Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	<b>ИД-1ук-6 – знает:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда;</li> <li>- собственную роль в качестве субъекта образовательной деятельности;</li> <li>- способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки.</li> </ul> <b>ИД-2ук-6 – умеет:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- планировать свое рабочее время и время для саморазвития, формулировать цели личностного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из тенденций развития области профессиональной деятельности, индивидуально-личностных особенностей;</li> <li>- решать задачи собственного профессионального и личностного развития, включая задачи изменения карьерной траектории;</li> <li>- расставлять приоритеты.</li> </ul> <b>ИД-3ук-6 – имеет практический опыт:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- получения дополнительного образования, изучения дополнительных образовательных программ;</li> <li>- владеет способами управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки и принципов образования в течение всей жизни.</li> </ul>

Код и наименование общепрофессиональных компетенций	Индикаторы достижения компетенций
<b>ОПК-1.</b> Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ИК.ОПК-1.1. Проводит критический анализ и обобщает управленческие практики
	ИК.ОПК-1.2. Демонстрирует знания современных экономических концепций, теории и практики управления, тенденций развития менеджмента как науки для решения профессиональных задач

<b>ОПК-2.</b> Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ИК.ОПК-2.1. Демонстрирует знание современных техник и методик сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа
	ИК.ОПК-2.2. Применяет современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа при решении управленческих и исследовательских задач
<b>ОПК-3.</b> Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	ИК.ОПК-3.1. Разрабатывает обоснованные организационно-управленческие решения и оценивает их эффективность
	ИК.ОПК-3.2. Обеспечивает реализацию организационно-управленческих решений в условиях сложной и динамичной среды
<b>ОПК-4.</b> Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	ИК.ОПК-4.1. Демонстрирует знание процессов разработки стратегий создания и развития инновационных направлений деятельности организации, бизнес-моделей организации, современных практик управления
	ИК.ОПК-4.2. Владеет методами проектного менеджмента, управления бизнес-процессами, выявления и оценки новых рыночных возможностей
<b>ОПК-5.</b> Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	ИК.ОПК-5.1. Демонстрирует знание процессов организации проведения современных научных исследований
	ИК.ОПК-5.2. Владеет навыками публичных выступлений и презентаций по тематике научного исследования
	ИК.ОПК-5.3. Обобщает и критически оценивает научные исследования в менеджменте и смежных областях

<b>Код и наименование профессиональных компетенций (обязательных)</b>	<b>Индикаторы достижения компетенций</b>
<b>ПК-1.</b> Способен использовать методы стратегического анализа, маркетингового управления и контроля для всех элементов комплекса маркетинга организации	ИК.ПК-1.1. Демонстрирует знание процессов стратегического и маркетингового управления организацией
	ИК.ПК-1.2. Владеет методами маркетинговых исследований, стратегического и маркетингового анализа для определения направлений развития организации
	ИК.ПК-1.3. Разрабатывает маркетинговую стратегию организации
	ИК.ПК-1.4. Планирует, организует и осуществляет контроль маркетинговой деятельности организации
	ИК.ПК-1.5. Использует возможности по улучшению бизнеса с точки зрения маркетингового управления для всех элементов комплекса маркетинга
<b>ПК-2.</b> Способен применять принципы, модели, инструменты и информационные технологии в области маркетинга на стратегическом, тактическом и	ИК.ПК-2.1. Демонстрирует знания в области построения маркетинговых моделей и понимает механизмы организации и функционирования маркетинговых цифровых платформ для обеспечения непрерывной связи с потребителями и другими стейкхолдерами

оперативном уровне управления организацией, а также осуществлять коммуникации с потребителями и стейкхолдерами, в процессе разработки, принятия и оценки управленческих решений	ИК.ПК-2.2. Применяет принципы, методы, модели и инструменты маркетинга на стратегическом, тактическом и оперативном уровне управления организацией
	ИК.ПК-2.3. Выстраивает взаимоотношения с потребителями, осуществляет настройку персонализированных коммуникаций с потребителями и их вовлечение во взаимодействие с брендом/организацией с использованием современных информационных технологий
	ИК.ПК-2.4. Определяет цели, задачи, основные параметры, ключевые показатели эффективности разрабатываемых управленческих решений на стратегическом, тактическом и оперативном уровне, направленных на организационные изменения и совершенствование маркетинговой деятельности

### **3. Место государственной итоговой аттестации в структуре ОП ВО**

Государственная итоговая аттестация относится к базовой части учебного плана. Государственная итоговая аттестация завершает освоение основной образовательной программы, является обязательной для всех обучающихся. Государственная итоговая аттестация проводится в конце 5 семестра обучения (по заочной форме) государственными экзаменационными комиссиями в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися образовательной программы с требованиями федерального государственного образовательного стандарта.

### **4. Структура и содержание государственной итоговой аттестации**

Общая трудоемкость государственной итоговой аттестации составляет 6 зачетных единиц, 4 недели.

#### **4.1. Формы проведения государственной итоговой аттестации**

В блок «Государственная итоговая аттестация» входит защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты.

К итоговым аттестационным испытаниям допускается лицо, успешно завершившее в полном объеме освоение образовательной программы по направлению подготовки «Менеджмент» высшего образования в соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта высшего образования и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом. Приказ о допуске делается не позднее, чем за десять дней до начала итоговой государственной аттестации.

Государственная итоговая аттестация может проходить как стационарно на базе университета, так и с применением дистанционных образовательных технологий (ДОТ).

#### **4.2 Требования к выпускной квалификационной работе**

Показателем оценки качества ВКР и компетенции магистра является исследование, которое ориентировано на практическое применение, а выводы и рекомендации, предлагаемые в ВКР, полностью или частично могут быть внедрены в практику для ее совершенствования. Требования к магистерской диссертации определяются ФГОС ВО. Выполнение указанной работы должно свидетельствовать о том, что ее автор способен надлежащим образом вести научный поиск, распознавать профессиональные проблемы, знать общие методы и приемы их решения.

Магистерская диссертация должна отвечать следующим основным требованиям:

- отражать новизну, актуальность и практическую значимость рассматриваемой проблемы;
- иметь практикоориентированный характер;
- содержать характеристику объекта исследования;
- содержать теоретический анализ новых или недостаточно изученных вопросов, проверку и уточнение научно принятых положений, проект решения конкретной практической проблемы в сфере менеджмента;
- содержать научный аппарат исследования (определение его предмета и объекта, формулировку цели, задач и гипотезы);
- отвечать требованиям к организации и проведению теоретической и эмпирической части исследования, обработке и интерпретации данных, а также к оформлению работы.

Выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация) должна включать в себя:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- основную часть (разделы, подразделы, пункты и выводы по разделам (главам));
- заключение;
- список использованных источников (библиография);
- приложения (при необходимости).

В магистерской диссертации выдерживается следующая структура научного исследования:

– введение, которое должно содержать исходное теоретико-методологическое основание, четкое и краткое обоснование научной и (или) практической актуальности выбранной темы, определение предмета и объекта исследования, формулировку гипотезы, цели и задач, описание использованных при выполнении работы методов исследования и обработки данных, а также новизну и практическую значимость исследования (объем введения 1-5 стр.);

– основная часть (3 главы, разделенные на параграфы), которая включает анализ объекта исследования, теоретическую и эмпирическую части работы. Аналитическая глава посвящена анализу состояния объекта исследования и обоснованию управленческой проблемы, подлежащей исследованию и решению. В теоретической главе предлагается анализ современных (за последние 10-15 лет) работ по избранной проблеме в области менеджмента, излагаются концептуальные теоретические положения исследования. В эмпирической главе представлен материал исследования, включая описание использованной программы и предполагаемой методики исследования, процедуры измерения или фиксации данных, количественный, качественный анализ и интерпретацию результатов исследования; или проект решения конкретной управленческой проблемы, практическая разработка;

– заключение, в котором содержатся теоретические, и практические выводы исследования, а также определяются дальнейшие перспективы и результаты организованной и проведенной практической работы;

– библиография, в которой представлен список использованных научных источников (исследований, монографий, учебных пособий, научной периодики, электронных источников), оформленный в соответствии с требованиями стандарта (не менее 60 источников);

– приложения, которые включают материалы полученных данных, результаты их статистической обработки, (представленные в виде таблиц, графиков, схем, рисунков и т.п.). Материалы приложения не входят в общий объем ВКР.



Содержание магистерской диссертации составляет принципиально новый материал, включающий описание новых факторов, явлений, закономерностей, или обобщение ранее известных положений с других научных позиций или в новом аспекте, или содержит конкретные проектные разработки или принципиально новые подходы к организации событий.

Объем работы, как правило, должен быть в пределах 80-100 страниц стандартного печатного текста (без приложений).

**Представление доклада об основных результатах подготовленной выпускной квалификационной работы должно:**

а) свидетельствовать об овладении выпускником компетенциями, установленными Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.02 «Менеджмент», направленность «Маркетинговое управление организациями»;

б) полностью соответствовать программе подготовки магистров, которую он освоил за время обучения, а также квалификационной характеристике выпускника;

в) позволить определить уровень практической и теоретической подготовленности выпускника к выполнению профессиональных задач, установленных ФГОС ВО, сформированность у выпускника организаторских, управленческих умений и навыков осуществления научной, методической работы.

ВКР должна быть написана автором самостоятельно, обладать внутренним единством, содержать новые научные результаты и положения, выдвигаемые для публичной защиты, и свидетельствовать о личном вкладе автора в решение управленческой проблемы либо снижении ее актуальности.

Предложенные автором ВКР решения должны быть аргументированы и оценены по сравнению с другими известными решениями.

Основные научные результаты диссертации должны быть опубликованы в научных изданиях.

Научный руководитель проверяет ВКР на объем заимствований. **Допустимый объем заимствований не более 45%.**

Результаты проверки ВКР на объем заимствований научный руководитель фиксирует в отзыве. Независимо от результатов проверки ВКР на объем заимствования, работа передается в государственную экзаменационную комиссию для публичной защиты обучающегося. Результаты проверки на объем заимствований должны учитываться при принятии государственной экзаменационной комиссией решения об оценке выпускной квалификационной работы.

ВКР подлежат обязательному размещению в ЭИОС КГУ. Доступ к полным текстам ВКР должен быть обеспечен в соответствии с законодательством РФ, с учетом изъятия сведений любого характера (производственных, технических, экономических, организационных и других), в том числе о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам, в соответствии с решением правообладателя. Текст ВКР, аннотация работы размещаются в ЭИОС КГУ в формате pdf. Файл, содержащий ВКР, размещается обучающимся самостоятельно в ЭИОС КГУ после защиты ВКР в течение 2 рабочих дней. Обучающийся несет ответственность за своевременное поступление работы на проверку на объем заимствований и соответствие текста защищаемой ВКР содержанию файла, проходившего проверку на объем заимствований.

Научный руководитель несет ответственность за проведение проверки ВКР на объем заимствований в установленные сроки и объективное отражение ее результатов в отзыве. Обучающийся несет ответственность за достоверность переданного в ЭИОС КГУ файла ВКР.

#### **4.3. Методические рекомендации для обучающихся по подготовке выпускной квалификационной работы**

Выпускная квалификационная работа или магистерская диссертация – это самостоятельная научно-исследовательская работа, которая выполняет квалификационную функцию. Она выполняется с целью публичной защиты и получения степени магистра. Основная задача ее автора - продемонстрировать уровень своей научной квалификации, умение самостоятельно вести научный поиск и решать конкретные задачи своей профессиональной деятельности, профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

Процесс выполнения выпускной квалификационной работы включает следующие этапы:

- выбор темы, назначение научного руководителя;
- изучение требований, предъявляемых к данной работе;
- согласование с научным руководителем плана работы;
- изучение литературы по проблеме, определение целей, задач и методов исследования;
- непосредственная разработка проблемы (темы);
- обобщение полученных результатов;
- написание работы;
- рецензирование работы;
- защита и оценка работы.

Выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация) должна иметь внутреннее единство и отображать ход и результаты разработки выбранной темы. Наполнение каждой части выпускной квалификационной работы (ВКР) или магистерской диссертации определяется ее темой. Тематика и научный уровень ВКР должны отвечать образовательно-профессиональной программе обучения «Маркетинговое управление организациями».

Подготовленная к защите ВКР должна быть завершена и представлена для обсуждения на кафедре не позднее, чем за месяц до установленного срока защиты. Не позднее чем за 20 дней до защиты ВКР на выпускающей кафедре проводится предзащита, которая имеет целью актуализировать степень готовности работы к защите и указать на недостатки и пути их устранения обучающемуся. Результаты предзащиты не являются основанием для недопуска обучающегося к защите ВКР.

ВКР сдается на выпускающую кафедру на бумажном носителе и в электронном виде на диске (в форматах .doc и .pdf) в окончательном виде не позднее, чем за 10 дней до дня защиты ВКР. После чего ВКР подлежит проверке на объем заимствований и направляется на рецензирование. В качестве рецензентов рекомендовано привлекать руководителей и ведущих высококвалифицированных специалистов организаций, на базе которых выполнялась ВКР.

В рецензии дается характеристика ВКР в целом и ее отдельных разделов, оценивается актуальность темы, соответствие содержания поставленным целям и задачам, использование новейших достижений в данном направлении науки, практическая значимость работы. Рецензент оценивает способность выпускника использовать полученные знания и умения для решения конкретных практических задач. В рецензии указываются недостатки работы и замечания к ее содержанию и оформлению. Рецензент дает общую оценку работы («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно») и выражает мнение о присвоении студенту соответствующей степени. Рецензия подписывается рецензентом и заверяется печатью организации по месту работы рецензента.

Магистр заблаговременно знакомится с рецензией и готовит ответы на замечания рецензента.

ВКР, отзыв, рецензия, автореферат (передаются в государственную экзаменационную комиссию не позднее, чем за 2 календарных дня до дня защиты ВКР.

Защита ВКР проводится на открытом заседании ГЭК, состав которой утверждается приказом ректора университета.

К защите студент должен подготовить доклад и необходимый иллюстративный материал (таблицы, схемы), которым он предполагает воспользоваться в ходе защиты, включая и мультимедийную презентацию.

График защиты выпускных квалификационных работ утверждается директорами Института управления, экономики и финансов КГУ.

Защита выпускной квалификационной работы является обязательной.

Продолжительность защиты одной ВКР – до 30 минут, включая доклад автора ВКР (не более 10 мин.).

**Процедура очной защиты включает следующие этапы:**

- сообщение студента об основном содержании работы (краткое обоснование выбора темы, характер изученности проблемы, задачи и результаты исследования, выводы, рекомендации). Доклад излагается свободно, доходчиво, четко и сопровождается презентацией;

- ответы дипломника на вопросы членов комиссии;

- оглашение отзывов на ВКР;

- ответы дипломника на замечания рецензента.

Ответы на вопросы, их полнота и глубина влияют на оценку защиты ВКР. Они должны быть содержательными и лаконичными.

**Процедура проведения защиты ВКР с применением ДОТ в форме ВКС включает:**

Обучающийся предоставляет на выпускающую кафедру «Пакет квалификационной работы», включающие те же, перечисленные выше документы, и видеозапись своего выступления.

Запись предоставляется не позднее, чем за 2 рабочих дня до процедуры защиты ВКР. Организатор (заведующий кафедрой/уполномоченное лицо) проводит проверку на воспроизведение предоставленной видеозаписи.

Требования к записи:

- Доклад обучающегося не более 10 минут;

- Перед докладом обучающийся демонстрирует на видео документ, подтверждающий его личность;

- На записи должен быть четкий видео и аудио-сигнал;

- Должен быть виден сам выступающий и демонстрационные материалы.

Члены ГЭК просматривают присланный материал заранее.

Для обсуждения работы (вопросы членов ГЭК – ответы обучающегося) организуется видеоконференция с обучающимся.

Члены комиссии устно или в чате задают вопросы обучающемуся, который на них отвечает.

Организатор конференции делает запись выступления каждого обучающегося, которая прикладывается к материалам работы ГЭК.

Оценка результатов защиты ВКР производится на закрытом заседании ГЭК. ВКР оценивается дифференцированной отметкой. Оценке подлежит уровень освоения студентом каждой компетенции, из чего затем складывается заключительная (общая) оценка.

Защита ВКР проходит на открытом заседании Государственной аттестационной комиссий, утвержденной приказом ректора с участием не менее 2/3 ее состава. По результату защиты выставляется государственная экзаменационная отметка. ВКР

оценивается на «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» с учетом ее соответствия требованиям хода защиты, а также с учетом выводов, содержащихся в официальных и неофициальных отзывах и рецензиях.

Решение государственной аттестационной комиссии принимается на закрытом заседании простым большинством голосов членов комиссии, участвующих в заседании, при обязательном присутствии председателя комиссии или его заместителя. При равном количестве голосов председатель комиссии (или заменяющий его заместитель председателя комиссии) обладает правом решающего голоса. Итоги защиты оформляются протоколом и объявляются в тот же день.

Обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры проведения государственного аттестационного испытания (защиты ВКР) и/или несогласии с результатами защиты ВКР. Порядок и процедура рассмотрения апелляций определяются в Порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры.

Текст выпускной квалификационной работы и аннотация ВКР (является последним листом ВКР и представляет собой краткое описание содержания работы (до 0,5 стр.) с указанием ключевых слов) в формате pdf размещается обучающимся самостоятельно в электронно-библиотечной системе КГУ в течение 2 рабочих дней после защиты. Порядок проверки на объем заимствования, в том числе содержательного, выявления неправомерных заимствований, размещения текстов выпускных квалификационных работ в электронно-библиотечной системе организации устанавливается «Положением о порядке размещения выпускных квалификационных работ в электронной информационно-образовательной среде КГУ».

## **5. Порядок проведения государственной итоговой аттестации**

Государственная итоговая аттестация проводится в соответствии с требованиями следующих федеральных и локальных актов:

- Федеральный закон 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 г.;

- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России №636 от 29.06.2015);

- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.04.2017 г. № 301 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры";

- Положение о проведении итоговой государственной аттестации по программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденное Ученым советом, протокол № 2 от 17.10.2017 г.

## **6. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для подготовки к ГИА**

### **а) основная**

1. Горелов С.В. Основы научных исследований: Учебное пособие / С.В. Горелов, В.П. Горелов, Е.А. Григорьев; под. ред. В.П. Горелова. – 2-е изд. стер. – М.-Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 533 с.

2. Гуляева М.К. Управление маркетингом: вводный курс: учебное пособие. - Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2011. — 176 с. (23 экз.)

3. Исследование систем управления: учебник / Фомичев А.Н., - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 348 с.: ISBN 978-5-394-02324-8 - Режим доступа:

<http://znanium.com/catalog/product/415195>

4. Менеджмент: магистерская диссертация: Учеб. Пособие. / Под ред. д-ра экон. наук, проф. С.Д. Резника. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 240 с.

5. Потребительский спрос в постиндустриальной экономике (теория и практика): Учебное пособие/Степанова Т. Е., Рыбалкина О. А. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 160 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-16-009045-0 <http://znanium.com/catalog/product/520183>

6. Правила оформления текстовых документов : руководящий документ по оформлению рефератов, отчетов о лабораторных работах, практиках, пояснительных записок к курсовым проектам и выпускным квалификационным работам / А. В. Басова, С.В. Боженко, Т. Н. Вахнина, И. Б. Горланова, И.А. Делекторская, А. А. Титунин, О. В. Тройченко, С. А. Угрюмов, С. Г. Шарабарина ; под общ. ред. О. В. Тройченко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Кострома : Изд-во Костром. гос. ун-та, 2017. – 47 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [pravila\\_oformleniya\\_tekstovykh\\_dokumentov\\_kgu\\_2017.pdf](http://pravila_oformleniya_tekstovykh_dokumentov_kgu_2017.pdf).

7. Родионова, Н. В. Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности. Модуль I [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Менеджмент" / Родионова Н.В. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 415 с. - ISBN 978-5-238-02275-8. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=884157>

8. Стратегическое управление : учебник для магистров / И.К. Ларионов, А.Т. Алиев, К.В. Антипов и др. ; под ред. И.К. Ларионова. - Москва : Дашков и Ко, 2015. - 235 с. - (Учебные издания для магистров). - ISBN 978-5-394-02191-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221293>

9. Управление маркетингом: Учебник и практикум для бакалавров / Карпова С.В., Тюрин Д.В. - М.: Дашков и К, 2017. - 366 с. ISBN 978-5-394-02790-1 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=937261>

10. Управление маркетингом: учебное пособие / под ред. А.В. Короткова, И.М. Синяевой. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 463 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00883-X ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556>

#### ***б) дополнительная литература***

1. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик : учеб. пособие. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 288 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/1450](http://www.dx.doi.org/10.12737/1450). <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=915555>

2. Бабаев Б.Д. Как подготовить и успешно защитить диссертацию по экономическим наукам. Научно-методическое пособие/ Б.Д. Бабаев-М.: Издательско-торговая корпорация Дашков и К», 2011. - 348с.

3. Баранов В.В., Зайцев А.В., Соколов С.Н. Исследование систем управления: Учебное пособие. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 213 с.

4. Брендинг: Управление брендом: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 316 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-369-01236-9 <http://znanium.com/catalog/product/416049>

5. Герасимов, Б. И. Основы научных исследований [Электронный ресурс] : учебное пособие / Герасимов Б. И., Дробышева В. В., Злобина Н. В., Нижегородов Е. В., Терехова Г. И. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 272 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5- 00091-085-6. - <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=509723>

6. Игрунова, О.М. Методика и практика проведения маркетинговых исследований различных рынков товаров и услуг : учебное издание / О.М. Игрунова. - 2-е изд., стер. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - Ч. 1. - 102 с. : табл., ил. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436772>

7. Информационные технологии в менеджменте: Учебное пособие / В.И.

Карпузова, Э.Н. Скрипченко, К.В. Чернышева, Н.В. Карпузова. - 2-е изд., доп. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 301 с.: <http://znanium.com/catalog/product/410374>

8. Кравцова, Е. Д. Логика и методология научных исследований [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. Д. Кравцова, А. Н. Городищева. – Красноярск : Сиб. федер. унт, 2014. – 168 с. - ISBN 978-5-7638-2946-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=507377>

9. Кузнецов И. Н. Основы научных исследований. Учебное пособие. Для студентов бакалавриата и магистратуры, аспирантов, соискателей. М.: Дашков и Ко, 2013. – 283 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114174&sr=1> – ЭБС УБ

10. Коротков, А.В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / А.В. Коротков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 303 с. [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>

11. Ойнер О.К. Управление результативностью маркетинга: учебник для магистров. – М.: Издательство Юрайт, 2012. – 343 с.

12. Управление проектами организации : учебник / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 244 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=914487>

13. Шаповалов В.А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учебное пособие/ В.А. Шаповалов. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 345 с. - (Высшее образование).

## **7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для подготовки к ГИА**

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС «Университетская библиотека online»
2. ЭБС «Znanium»

Перечень ресурсов информационно - телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»):

- [www.ksu.edu.ru](http://www.ksu.edu.ru) – Официальный сайт Костромского государственного университета
- [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) - Справочная правовая система «Консультант Плюс»
- [www.garant.ru](http://www.garant.ru) - Справочная правовая система «Гарант»
- <http://menegerbook.net/> Электронная библиотека книг по менеджменту;
- <http://infomanagement.ru/> Электронная библиотека книг и статей по менеджменту
- <http://www.cfin.ru/> Сайт «Корпоративный менеджмент»
- <http://www.mevriz.ru/> Сайт журнала «Менеджмент в России и за рубежом»
- <http://sovman.ru/ru/allnumbers.html> Современные технологии управления. Научный журнал
- <http://www.aup.ru/> Административно-управленческий портал
- <http://ecsosman.edu.ru/> Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»
- <http://www.marketologi.ru> – сайт гильдии маркетологов России
- <http://www.gfk.ru/> - Институт маркетинговых исследований ГФК-Русь, представлены результаты некоторых исследований
- <http://www.ime-link.ru/> - раздел публикаций на сайте «Открытая школа бизнеса»

## **9. Материально-техническое и информационное обеспечение государственной итоговой аттестации**

Для успешной подготовки к ГИА, магистрант должен иметь доступ к компьютерной технике, имеющей выход в Интернет, и оснащенной современным программным обеспечением (офисный пакет), позволяющим обрабатывать количественную и качественную информацию. Специальное программное обеспечение не требуется.

Для организации самостоятельной работы при написании ВКР магистрант имеет возможность воспользоваться компьютерными классами (ауд. 5, 6, 7, 16 корп. В1, ул. 1 Мая, 14-а), читальным залом и электронным читальным залом (корп. Б1, ул. 1 Мая, 14, ауд. 201 и 202).

Для проведения заседания ГЭК имеются аудитории, оснащенные учебной мебелью и доской (меловой, флипчатом), комплектом мультимедиа-оборудования для демонстрации презентации к защите ВКР (ауд. 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, корп. В1, ул. 1 Мая, 14-а).

**Примерная тематика выпускных квалификационных работ  
(магистерских диссертаций)  
по направленности «Маркетинговое управление организациями»**

1. Совершенствование рекламной стратегии предприятия.
2. Разработка ценовой стратегии торгового предприятия.
3. Разработка маркетинговой стратегии фирмы.
4. Разработка и позиционирование бренда.
5. Организация маркетинговой деятельности на предприятии.
6. Разработка товарной политики предприятия.
7. Разработка бюджета маркетинга.
8. Разработка ассортиментной политики торгового предприятия.
9. Обоснование стратегии позиционирования товара.
10. Разработка конкурентной стратегии фирмы.
11. Реструктуризация бизнеса на основе концепции маркетинга.
12. Организация управления маркетингом на предприятии.
13. Управление маркетингом торговой фирмы.
14. Планирование маркетинга неприбыльной организации.
15. Повышение эффективности маркетинга в сфере услуг.
16. Управление филиальной сетью банка на основе стратегий банковского маркетинга.
17. Разработка комплекса маркетинга малого предприятия.
18. Организация и планирование маркетинга информационных услуг.
19. Организация прямого маркетинга на промышленном рынке.
20. Управление продвижением продукции на внешние рынки.
21. Разработка маркетинговой стратегии выхода на внешние рынки.
22. Формирование системы внутриорганизационного маркетинга.
23. Разработка стратегий маркетинга.
24. Формирование стратегии и тактики конкуренции.
25. Управление затратами в системе маркетинга.
26. Управление конкурентоспособностью продукции.
27. Управление разработкой нового товара.
28. Управление товарным ассортиментом.
29. Формирование марочной политики компании.
30. Разработка ценовой политики предприятия сферы услуг.
31. Разработка ценовой политики для новых товаров.
32. Брендинг в управлении маркетинговой активностью.
33. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций на предприятии.
34. Разработка комплексной системы стимулирования продаж новой продукции.
35. Создание системы контроля и прогнозирования результативности маркетинговой деятельности.
36. Совершенствование логистических систем организации.
37. Пути повышения эффективности маркетинга в условиях изменений (кризиса).
38. Планирование и организация маркетинговой деятельности компании.
39. Разработка методов и организационных форм проведения маркетингового аудита.
40. Оптимизация маркетинговых структур.
41. Обоснование направлений повышения эффективности обслуживания потребителей.
42. Разработка комплекса интернет-маркетинга.
43. Формирование системы внутриорганизационного маркетинга.



44. Оценка эффективности продвижения в сети Интернет.
45. Методы и формы организации неценовой конкуренции.
46. Вирусный маркетинг и направления его использования.
47. Маркетинговые методы формирования потребительских предпочтений.
48. Применение концепции маркетинга взаимоотношений в совершенствовании управления организацией.
49. Формирование ценовой политики компании на различных этапах жизненного цикла продукции.
50. Оптимизация логистических цепей в системе распределения товаров.
51. Совершенствование маркетинга образовательных услуг.
52. Совершенствование управления медицинским учреждением на основе концепции маркетинга.
53. Нейромаркетинг как инструмент влияния на поведение потребителей.
54. Маркетинговое воздействие на потребительское восприятие.
55. Формирование идентичности и узнаваемости бренда.
56. Моделирование поведения потребителей продукции/услуг компании.