

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования

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

**Карпова С.В., Рожков И.В.**

**ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.04.02 «Менеджмент»

Направленность программы магистратуры

«Финансовый маркетинг»

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

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

Москва 2020

**Перечень компетенций, подлежащих оценке в ходе государственной итоговой аттестации**

Код и наименование компетенции	Форма государственной итоговой аттестации, в рамках которой проверяется сформированность компетенции
1	2
<i>Универсальные компетенции</i>	
Способность к абстрактному мышлению, критическому анализу проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработке стратегии действий (УК-1)	выпускная квалификационная работа
Способность применять коммуникативные технологии, владеть иностранным языком на уровне, позволяющем осуществлять профессиональную и исследовательскую деятельность, в т.ч. в иноязычной среде (УК-2)	выпускная квалификационная работа
Способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности в соответствии с важностью задач, методы повышения ее эффективности (УК-3)	выпускная квалификационная работа, государственный экзамен
Способность к организации межличностных отношений и межкультурного взаимодействия, учитывая разнообразие культур (УК-4)	выпускная квалификационная работа
Способность руководить работой команды, принимать организационно-управленческие решения для достижения поставленной цели, нести за них ответственность (УК-5)	выпускная квалификационная работа
Способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-6)	выпускная квалификационная работа
Способность проводить научные исследования, оценивать и оформлять их результаты (УК-7)	выпускная квалификационная работа
Способность к выявлению проблем и тенденций в современной экономике и решению профессиональных задач на	государственный экзамен

основе знания (продвинутый уровень) экономической и управленческой теории, а также обобщения и критического анализа актуальных практик управления (ПКН-1)	
Способность применять современные методы и техники сбора, обработки и анализа данных, а также определения и прогнозирования основных социально-экономических показателей объектов управления (ПКН-2)	государственный экзамен
Способность осуществлять оценку эффективности и результативности деятельности организации в целом и отдельных проектов, разрабатывать для этого методики оценки и необходимые показатели с учётом факторов риска и в условиях неопределённости (ПКН-3)	выпускная квалификационная работа, государственный экзамен
Способность руководить проектной и процессной деятельностью в организации, а также выявлять, оценивать и реализовывать новые рыночные возможности, управлять материальными и финансовыми потоками, а также всеми видами рисков деятельности экономических систем (ПКН 4)	выпускная квалификационная работа, государственный экзамен
Способность обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты и участвовать в распространении экономических и управленческих знаний (ПКН 5)	выпускная квалификационная работа
Способность управлять стратегическими изменениями в деятельности организации, разрабатывать новые направления деятельности организации и соответствующие им бизнес-модели организаций (ПКН-6)	выпускная квалификационная работа, государственный экзамен
Способность самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, и	выпускная квалификационная работа

социальную значимость, обеспечивать их реализацию (ПКН-7)		
Способность анализировать, определять и эффективно использовать человеческий и социальный и интеллектуальный капитал, а также накопленные организацией знания, применяя при этом необходимые лидерские и коммуникативные навыки (ПКН 8)	выпускная работа	квалификационная
Способность использовать методы стратегического анализа, маркетингового управления и контроля для всех элементов комплекса финансового маркетинга (ДКН-1)	выпускная работа	квалификационная
Способность проектировать и применять методики маркетинговых исследований на финансовых рынках (ДКН-2)	выпускная работа, экзамен	квалификационная государственный
Способность проведения эффективной товарной и ценовой политики финансовой организации с использованием информационного обеспечения и технологий интернет-маркетинга (ДКН-3)	выпускная работа, экзамен	квалификационная государственный
Способность принимать комплексные и эффективные маркетинговые решения в области банковского, страхового, инвестиционного и портфельного управления проектами; а также владеть искусством управления продажами (ДКН-4)	выпускная работа, экзамен	квалификационная государственный
Способность управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями на финансовом рынке (ДКН-5)	выпускная работа, экзамен	квалификационная государственный
Способность формировать имидж и деловую репутацию финансовой компании с учетом лояльности и психологии поведения потребителей на финансовом рынке (ДКН-6)	выпускная работа, экзамен	квалификационная государственный

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования

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

  
УТВЕРЖДАЮ  
Ректор  
М.А. Эскиндаров

«24» января 2020 г.

**Карпова С.В., Рожков И.В.**

## **ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.04.02 «Менеджмент»

Направленность программы магистратуры

«Финансовый маркетинг»

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

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

Москва 2020

УДК 334.7(078)

ББК 65.290.5я73

К 26

Рецензент:

Синяева И.М. – д.э.н., профессор кафедры «Логистика и маркетинг» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

Карпова С.В., Рожков И.В. Программа государственного экзамена по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Финансовый маркетинг» (для программ магистратуры). – М.: Кафедра «Логистика и маркетинг», Финансовый университет, 2019. – 25 с.

Программа государственного экзамена по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Финансовый маркетинг» (для программ магистратуры) соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры).

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

© С.В. Карпова, И.В. Рожков, 2019

© Финансовый университет, 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	8
1. Перечень вопросов магистерской программы, выносимых на государственный экзамен. Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену	9
2. Примеры практико-ориентированных заданий	19
3. Рекомендации обучающимся по подготовке к государственному экзамену	25
4. Критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов	26

## **ВВЕДЕНИЕ**

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры), государственный экзамен, как форма итоговой государственной аттестации, направлен на установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям ФГОС ВО.

Программа государственного экзамена по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» разработана в соответствии:

– с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры);

– приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636 «Об утверждении порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры».



# **1. Перечень вопросов магистерской программы, выносимых на государственный экзамен. Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену**

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

1. Основные этапы развития знания об управлении организацией. Основные школы и направления.

2. Альтернативные модели поведения фирмы: максимизация прибыли, максимизация продаж, максимизация роста, управленческое поведение.

3. Риск и неопределенность. Источники делового риска. Расчет различных параметров риска. Измерение степени риска. Распределение вероятностей.

4. Организация. Выделение сущностных признаков и современные подходы к ее изучению: ключевая идея, базовые понятия, инструменты. Новые типы организаций: виртуальные, многомерные, фрактальные и пр.

5. Стратегический процесс: последовательность и инструменты стратегического менеджера. Корректировка стратегии.

6. Корпоративная культура: технологии управления и формирования.

7. Сравнительный анализ жизненного цикла организации, проекта, товара, технологии. Основные этапы жизненного цикла по Адизесу: признаки и управленческие риски. Этапы жизненного цикла по Л. Грейнеру.

8. Критерии эффективности управления организацией: основные подходы и методологии. Эволюция финансового подхода

9. Оценка эффективности организации: эволюция комплексного подхода. Эффективность организации: BSC-подход и подход Рамперсада (персональные стратегические карты).

10. Управление изменениями. Основные подходы: технологии и средства развития организации. Сопротивление изменениям: методы оценки, нейтрализации, устранения.

11. Управление технологическими и интеллектуальными ресурсами организации: подходы и технологии.

12. Экономика знаний и требования к управлению нематериальными активами.

13. Понятие и принципы построения самообучающихся организаций. Социально-психологические особенности формирования культуры самообучающейся организации.

14. Методы исследования удовлетворенности сотрудников в организации. Инструменты управления включенным поведением разных типов сотрудников организации.

15. Инновации в организации. Влияние нововведений в организации на поведение сотрудников.

16. Аналитические концепции стратегического анализа и поддержки принятия управленческих решений. Типология инструментов стратегического анализа.

17. Анализ методов и источников приобретения устойчивых конкурентных преимуществ.

18. Анализ отраслевой структуры: прогнозирование прибыльности отрасли, позиционирования компании и стратегии изменения отраслевой структуры.

19. Методы анализа ключевых факторов успеха. Стратегический анализ ресурсов, способностей и компетенций по Р. Гранту.

20. Анализ конкурентов и сегментации рынка. Анализ стратегических групп. Концепции стратегического позиционирования компании М. Портера, Д. Аакера, Г. Минцберга.

21. Исследование изменений внешней среды и стратегической перспективы методами сценарного анализа. Стратегическая оценка и анализ прогнозных сценариев для будущего компании, согласование со стратегиями, приоритетами и целями.

22. Конкуренция и типы рынка. Анализ конкурентного преимущества. Конкурентное преимущество на основе чувствительности к изменениям.

23. Современные технологии финансового планирования и прогнозирования (BSC, KPI и др.).

24. Критерии оптимального финансирования: по структуре пассива (финансовый рычаг), по краткосрочной структуре баланса (критерий ликвидности), по долгосрочной структуре баланса (правило «левой и правой руки»), по цене капитала (WACC).

25. Формирование экономической прибыли и экономической добавленной стоимости. EBITDA: особенности показателя и алгоритм расчета.

### **Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену (часть I)**

#### ***Основная литература:***

1. Басовский, Л.Е. Современный стратегический анализ: учебник / Л.Е. Басовский – Москва: Инфра-Москва, 2013. – 256 с. – (Высшее образование: Магистратура). – Текст: непосредственный. – То же. – 2014. – ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <http://znanium.com/catalog/product/424025> (Дата обращения: 26.11.2019). – Текст: электронный.

2. Родионова, Н.В. Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности. Модуль 1: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Менеджмент» / Н.В. Родионова. – Москва: Юнити, 2012 – 416 с. – Текст: непосредственный. – То же. – 2017. – ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028883> (дата обращения: 26.11.2019). – Текст : электронный.

#### ***Дополнительная литература:***

3. Баранников, А.Ф. Теория организации : учебник / А.Ф. Баранников. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 700 с. – ЭБС Университетская библиотека online. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114553> (дата обращения: 26.11.2019). – Текст : электронный.

4. Гринспен, А. Эпоха потрясений. Проблемы и перспективы мировой финансовой системы: Пер. с англ. / А. Гринспен - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2008, 2009 – 520 с. – То же. – 2015. – ЭБС Alpina Digital. –

URL:<http://lib.alpinadigital.ru/ru/library/book/5946> (дата обращения: 26.11.2019). – Текст : электронный.

5. Казакова, Н. А. Современный стратегический анализ : учебник и практикум для магистратуры / Н. А. Казакова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 469 с. – (Магистр). – ЭБС Юрайт. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/444534> (дата обращения: 26.11.2019). – Текст : электронный.

6. Красовский, Ю.Д. Организационное поведение : учебник /Ю.Д. Красовский. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 487 с. – ЭБС Университетская библиотека online. – URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116632> (дата обращения: 26.11.2019). – Текст : электронный.

7. Третьякова, Е. А. Управленческая экономика : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е.А. Третьякова. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 329 с. – (Бакалавр и магистр. Академический курс). – ЭБС Юрайт. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/441485> (дата обращения: 26.11.2019). – Текст : электронный.

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

#### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», полнотекстовые базы данных**

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>

2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>

3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»  
<https://www.biblio-online.ru/>
6. Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
7. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
8. Электронная библиотека <http://grebennikon.ru>
9. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
10. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <https://dvs.rsl.ru/>

## **1.2. Вопросы на основе содержания дисциплин магистерской программы**

### **«Финансовый маркетинг»**

1. Современное развитие концепции финансового маркетинга. Понятия, цели, задачи и принципы развития финансового маркетинга на современном этапе.

2. Оценка финансовыми организациями показателей маркетинговой макро- и микросреды. Методы анализа маркетинговой среды на финансовых рынках.

3. Понятие, виды и особенности оценки конкуренции на финансовых рынках. Применение к финансовым рынкам пяти сил, определяющих конкуренцию по модели М. Портера.

4. Понятие и принципы формирования маркетинговой информационной системы финансовой организации на основе комплекса маркетинга. Применение внутренних и внешних источников маркетинговой информации финансовой организацией.

5. Маркетинговые исследования на финансовых рынках: цели и задачи, методы и принципы, этапы и особенности проведения.

6. Понятие, цели и задачи, методы и принципы, особенности сегментации на финансовых рынках. Особенности поведения потребителей на финансовых рынках и управление взаимоотношениями с потребителями (CRM-системы).

7. Понятие, цели и задачи, способы и типы позиционирования на финансовых рынках. Проведение репозиционирования на финансовых рынках.

8. Стратегическое планирование на финансовых рынках. Понятие, роль и значение формирования маркетинговой стратегии на финансовых рынках.

9. Понятие, цели и задачи, этапы и особенности планирования маркетинга на финансовых рынках. Виды маркетинговых планов, структура и содержание плана маркетинга финансовой организации.

10. Формирование маркетинговых организационных структур в системе управления финансовой организацией: виды и особенности, типы, различия,

достоинства и недостатки. Требования, предъявляемые к специалистам службы маркетинга финансовой организации: знания, качества, умения.

11. Понятие, цели и задачи, виды и содержание стратегического контроля на финансовых рынках. Понятие, принципы и виды маркетингового аудита.

12. Характеристика инструментов комплекса финансового маркетинга. Современные концепции комплекса финансового маркетинга.

13. Товарная политика на финансовых рынках: цели, задачи и направления. Классификация финансовых продуктов и услуг.

14. Методы оценки «продуктового портфеля» финансовой организации и формирование жизненного цикла финансового продукта (ЖЦФП). Особенности брендинга и ребрендинга на финансовых рынках.

15. Содержание и основные цели ценовой политики на финансовых рынках. Методы ценообразования, ценовые стратегии и этапы процесса управления ценами на финансовых рынках.

16. Основные направления политики распределения на финансовых рынках. Особенности сбытовой политики и управления продажами на финансовых рынках.

17. Основные направления, цели и задачи коммуникационной политики на финансовых рынках. Финансовая реклама, связи с общественностью (PR), стимулирование сбыта, прямой маркетинг на финансовых рынках: основные понятия, цели и задачи, виды и средства применения.

18. Особенности современного развития концепции банковского маркетинга. Примеры использования маркетинговых технологий банками.

19. Особенности современного развития концепции страхового маркетинга. Примеры использования маркетинговых технологий страховыми компаниями.

20. Основные понятия, цели и задачи, виды и средства применения рекламы на финансовых рынках. Современные виды и примеры применения рекламных технологий на финансовых рынках.

21. Основные понятия, цели и задачи, виды и средства применения связей с общественностью (PR) на финансовых рынках. Современные виды PR и примеры применения PR-акций на финансовых рынках.

22. Основные понятия, цели и задачи, виды и средства применения инструментов стимулирования сбыта на финансовых рынках. Современные виды стимулирования сбыта и примеры его применения на финансовых рынках.

23. Основные понятия, цели и задачи, виды и средства применения инструментов прямого маркетинга на финансовых рынках. Современные виды прямого маркетинга и примеры его применения на финансовых рынках.

24. Современное развитие финансового маркетинга на международных рынках. Особенности использования банковского и страхового маркетинга в разных странах мира.

25. Характеристики основных технологий цифрового маркетинга и особенности их применения финансовыми организациями.

## **Перечень рекомендуемой литературы для подготовки к государственному экзамену (часть II)**

### **Законодательные и нормативные акты**

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 (в ред. Федерального закона от 09.01.1996 № 2-ФЗ, с изм. и доп.).

2. Федеральный закон РФ «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 № 395-1 (с изм., внесенными Постановлением Конституционного Суда РФ от 23.02.1999 № 4-П, Федеральными законами от 08.07.1999 № 144-ФЗ, от 27.10.2008 № 175-ФЗ, от 08.05.2010 № 83-ФЗ).

3. Федеральный закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» 27.07.2006. № 149-ФЗ (с изм. и доп.).

4. Федеральный закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 06.05.1998 № 70-ФЗ (с изм. и доп.).

5. Федеральный закон РФ «О рекламе» 13.03.2006 № 38ФЗ (изм. и доп.).



## **Рекомендуемая литература**

### ***Основная литература:***

1. Маркетинг для магистров: учебник / В.В. Синяев [и др.]; Финуниверситет ; под ред. И.М. Синяевой. – Москва: Вузовский учебник, 2016. – 368 с. – Текст : непосредственный. – То же. – ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <http://znanium.com/catalog/product/501125> (дата обращения : 26.11.2019). – Текст : электронный.

2. Маркетинг и современность: монография / С.В. Карпова, С.П. Азарова, А.А. Арский [и др.]; Финуниверситет ; под общ. ред. С.В. Карповой, отв. ред. О.Н. Романенкова. – Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2014. – 267 с. – (Научная книга). – Текст: непосредственный. – То же. - ЭБС ZNANIUM.com. – URL : <http://znanium.com/catalog/product/446575> (дата обращения: 22.11.2019). – Текст: электронный.

### ***Дополнительная литература:***

3. Деньги, кредит, банки: учебник / О.И. Лаврушин [и др.] ; Финуниверситет ; под ред. О.И. Лаврушина. – 12-е изд., стер. – Москва: Кнорус, 2014, 2015, 2016. – 448 с. – (Бакалавриат). – Текст : непосредственный. – То же. – 2019. – ЭБС BOOK.ru. – URL: <https://book.ru/book/931099> (дата обращения: 16.10.2019). – Текст : электронный.

4. Маркетинговая политика организаций: теория, методология и практика: коллективная монография / С.В. Карпова, О.А. Артемьева, И.К. Захаренко [и др.]; Финуниверситет; под общ. ред. С.В. Карповой. – Москва: Вузовский учебник, 2015 – 212 с. – (Научная книга). – ЭБС ZNANIUM.com. – URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/536847> (дата обращения: 22.11.2019). – Текст : электронный.

5. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации: учебник для вузов / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд; пер. с 9-го англ. изд. – Москва: ИНФРА-М, IRWIN, 2000. – 412 с. – Университетский учебник. – Текст: непосредственный. – То же. – ЭБС ZNANIUM.com. – URL:

<http://znanium.com/catalog/product/453177> (дата обращения: 22.11.2019). – Текст: электронный.

***Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины. Полнотекстовые базы данных***

1. Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital – <http://lib.alpinadigital.ru>.
2. Коллекция научных журналов Oxford University Press <https://www.academic.oup.com/journals/> Emerald (Accounting, Finance & Economics Collection; Business, Management & Strategy Collection) – <http://www.emeraldgrouppublishing.com/products/collections>.
3. Национальная электронная библиотека – <http://www.нэб.рф>.
4. Научная электронная библиотека eLibrary.ru – <http://www.elibrary.ru>.
5. Электронная библиотека – <http://www.grebennikon.ru>.
6. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) – <http://www.elib.fa.ru>.
7. Электронно-библиотечная система BOOK.RU – <http://www.book.ru>.
8. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» – <http://www.biblioclub.ru>.
9. Электронно-библиотечная система Znanium – <http://www.znanium.com>.
10. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» – <https://www.biblio-online.ru>.

***Интернет-ресурсы:***

1. Известные бренды и продвижение брендов – <http://www.brandtop.ru>.
2. Информационно-правовая система «Гарант». – <http://www.garant.ru>.
3. Информационно-правовая система «КонсультантПлюс». – <http://www.consultant.ru>.
4. Корпоративный менеджмент – <http://www.cfin.ru>.
5. Портал корпоративного управления – <http://www.iteam.ru>.
6. Профессиональный инструмент для бюджетирования – <http://www.bplan.ru>.

7. Сбалансированная система показателей – <http://www.balancedscorecard.org>.

8. Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» – <http://www.skrin.ru>.

9. Электронная энциклопедия – <http://www.wikipedia.org>.

***Периодические издания:***

1. Банковское дело.
2. Компания.
3. Маркетинг в России и за рубежом.
4. Маркетинг и маркетинговые исследования.
5. Менеджмент в России и за рубежом.
6. Реклама. Теория и практика.
7. Секреты фирмы.
8. Страхование.
9. Эксперт.

**2. Примеры практико-ориентированных заданий**

**Задание 1.**

*Условие:*

Финансовая организация предлагает на рынке условный финансовый продукт. В течение восьми периодов цена и спрос на него изменяются (табл. 1). Известна величина средних переменных затрат на единицу финансового продукта.

*Таблица 1*

№ периода	Цена за ед. фин. продукта, руб.	Переменные затраты на ед. фин. продукта, руб.	Спрос ед.	Коэфф. эластичности спроса по цене	Маржиналь-ный доход на ед. фин. продукта, руб.	Маржиналь-ный доход на весь объем фин. продуктов, руб.
1.	22000	11343	1122			
2.	25000	11343	950			
3.	27500	11343	880			
4.	29000	11343	810			
5.	32000	11343	750			
6.	41000	11343	620			

7.	59000	11343	557			
8.	63000	11343	432			

### *Задание*

На основе расчетов с использованием указанных в таблице 1 данных определите:

- значение коэффициента эластичности спроса по цене на финансовый продукт (попарно сопоставляя периоды);
- тип эластичности спроса для данного типа финансовых продуктов;
- маржинальный доход на единицу финансового продукта за каждый период;
- общий маржинальный доход на весь объем реализованных финансовых продуктов за каждый период;
- предпочтительный вариант цены с точки зрения финансовой организации.

### **Задание 2.**

#### *Условие:*

1. Объект страхования – легковой автомобиль Toyota Land Cruiser Prado 2015 года выпуска объемом двигателя 2700 л., принадлежащий физическому лицу. Срок эксплуатации автомобиля – 4 года. Стоимость автомобиля – 40 тыс. долл.

2. Потенциальный клиент проживает в г. Москве и планирует первый раз страховать этот автомобиль по программе КАСКО (страхование рисков «угон», «ущерб», «пожар»), так как купил его два дня назад. Возраст – 35 лет. Водительский стаж – 8 лет.

3. По риску «Пожар» для всех ТС тариф составляет 0,1%.

4. Базовые тарифы по риску «Угон» в Москве представлены ниже. Автомобиль относится к группе №7.

Группа ТС по риску «Угон»	Тариф, %
Группа №1	7.0
Группа №2	4.0
Группа №3	3.0

Группа №4	2.0
Группа №5	1.5
Группа №6	1.0
Группа №7	0.5

5. Базовые тарифы по риску «Ущерб» для всех ТС (в % от страховой суммы) представлены ниже. По рассматриваемому ТС к риску «Ущерб» применяется поправочный коэффициент (марка, модель) 0.9 и поправочный коэффициент (стаж, возраст) 0,79.

Стоимость ТС (\$) (*)	Возраст ТС									
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
до 5 000	23.85	25.54	26.59	28.24	29.64	31.13	32.69	34.32	36.04	37.84
5 001 – 7 000	18.30	19.56	20.52	21.56	22.63	23.76	24.95	26.20	27.50	28.88
7 001 – 12 000	13.24	14.14	14.84	15.59	16.37	17.18	18.05	18.94	19.90	20.89
12 001 – 20 000	9.97	10.64	11.17	11.75	12.32	12.94	13.60	14.28	14.98	15.73
20 001 – 30 000	8.10	8.65	9.08	9.54	10.02	10.52	11.04	11.59	12.17	12.78
30 001 – 40 000	7.02	7.50	7.87	8.27	8.69	9.11	9.58	10.04	10.55	11.08
40 001 – 50 000	6.60	7.04	7.38	7.75	8.15	8.56	8.99	9.42	9.90	10.39
50 001 – 60 000	5.85	6.57	6.94	7.34	7.55	7.92	8.33	8.74	9.17	9.64
60 001 – 70 000	5.29	5.94	6.29	6.64	7.06	7.40	7.78	8.16	8.57	9.00
70 001 – 80 000	4.81	5.40	5.70	6.04	6.70	7.04	7.39	7.76	8.15	8.56
80 001 – 90 000	4.38	4.91	5.21	5.51	6.40	6.71	7.06	7.40	7.78	8.16
90 001 – 100 000	3.96	4.45	4.70	4.98	6.11	6.42	6.74	7.07	7.43	7.80
Малотоннажные ТС и микроавтобусы	6.16	6.71	6.93	7.37	7.59	7.81	8.03	8.25	8.47	8.91
Грузовые ТС, автобусы	2.09	3.19	3.74	5.17	5.72	7.04	10.01	10.56	12.32	12.54
Прицепы, полуприцепы	1.21	1.65	1.98	2.64	3.41	4.18	4.95	6.27	7.04	7.70

### *Задание*

1. Произведите расчет страхового тарифа по рискам «Пожар», Угон» и «Ущерб».

2. Произведите расчет страховой премии на примере комплексного автострахования КАСКО с учетом указанных рисков.

### **Задание 3.**

#### *Условие:*

Финансовая организация имеет не менее пяти видов финансовых услуг, среди них услуги, связанные с накоплением денежных средств; консультационные услуги; учет прав на ценные бумаги; услуги, связанные с оказанием содействия заключению сделок с финансовыми инструментами; клиринговая деятельность; услуги, связанные с размещением денежных средств.

Выручка по кварталам по каждому виду финансовых услуг представлена в таблице 1.

Таблица 1 - Выручка по видам услуг финансовой организации

№ товарной линии (т/л)	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.
1. Услуги, связанные с накоплением денежных средств	1632	1155	990	1430
2. Консультационные услуги	132	253	396	429
3 Учет прав на ценные бумаги	60	66	88	88
4. Услуги, связанные с оказанием содействия заключению сделок с финансовыми инструментами	324	451	209	231
5. Клиринговая деятельность	0	11	0	242
6. Услуги, связанные с размещением денежных средств	324	880	1100	1749

*Задание.*

1. С помощью ABC-анализа на основании данных по выручке классифицируйте услуги финансовой организации.

2. Определите долю в выручке каждого вида услуги.

3. Дайте оценку динамике продаж по наиболее значимым видам услуг.

#### **Задание 4.**

*Условие:*

Деятельность финансовой организации характеризуется отсутствием тенденции и резких сезонных колебаний и продаж. В таблице 1 представлены данные по видам финансовых продуктов/услуг по доле в объеме продаж за год и значению коэффициента вариации по ежемесячной динамике продаж.

Таблица 1 - Данные по видам финансовых продуктов/услуг

№ товарной линии (т/л)	Доля в объеме продаж	V коэффициент вариации
1. Услуги, связанные с накоплением денежных средств	30%	11%
2. Услуги, связанные с размещением денежных средств	40%	5%
3 Учет прав на ценные бумаги	10%	35%
4. Услуги, связанные с оказанием содействия заключению сделок с финансовыми инструментами	5%	80%
5. Консультационные услуги	3%	14%
6. Клиринговая деятельность	2%	110%

*Задание:*

1. Дайте характеристику ассортимента услуг финансовой организации.

2. Проведите совместный ABC-XYZ анализ ассортимента услуг финансовой организации.

### **Задание 5.**

*Условие:*

Маркетологи финансовой организации «СитиКредит» г. Москва, созданной в 2017 году решили разместить рекламную информацию в форме прямого ответа с последующим заказом на поставку финансовых услуг. Аналитики компании выделили три наиболее выгодных канала продвижения информации через рекламные агентства: «Toptraffic», «Buyble Group» и «Контраст медиа» г. Москвы.

Каждый из каналов считается в равной степени подходящим для целевой группы потребителей базовой организации. Данные рекламных агентств с учетом охвата на 1000 человек, ожидаемого процента заказов и затрат на информацию приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели рыночного участия рекламных еженедельников

Рекламные агентства	Чистый охват на 1000 человек	Ожидаемый процент заказов	Затраты на информацию (руб. на 1000 чел.)	Размещение заказа по мин. затратам
«Toptraffic»	920	0,4	51520	?
«Buyble Group»	880	0,09	14256	?
«Контраст медиа»	750	0,1	12000	?

*Задание:*

1. Выполните расчет размещения заказа с учетом минимизации затрат.
2. Обоснуйте наиболее выгодный канал продвижения информации.
3. Предложите конструктивные меры по использованию контекстной и мобильной рекламы для увеличения объемов продаж в базовой компании.

### **Задание 6.**

*Условие:*

Исходные данные для расчета:

Получены экспериментальные данные по спросу для трех уровней цен:

1 уровень: Точка А.  $p_1 = 30$  руб.; число продаж  $Q_1 = 10$  шт.

$p_2 = 28$  руб.; число продаж  $Q_2 = 13$  шт.

2 уровень: Точка С.  $p_1 = 27$  руб.; число продаж  $Q_1 = 60$  шт.

$p_2 = 25$  руб.; число продаж  $Q_2 = 65$  шт.

3 уровень: Точка D.  $p_1 = 23$  руб.; число продаж  $Q_1 = 120$  шт.

$p_2 = 21$  руб.; число продаж  $Q_2 = 130$  шт.

*Задание:*

1). Представьте кривую спроса AC или CD.

2). Определить на каком из участков кривой спроса AC или CD для продукта N возможно изменение цен. Ответ обоснуйте.

### **Задание 7.**

*Условие:*

Коммерческий банк, входящий в сотню банков по рейтингу ЦБ России, столкнулся с резким оттоком клиентов. Исследование показало, что основная причина оттока – ухудшение имиджа банка в глазах клиентов.

*Задание:*

1. Какие факторы должны определять имидж банка в современных условиях и что на них влияет?

2. Раскройте показатели имидж банка с учетом психологических и поведенческих факторов.

3. Какие маркетинговые исследования необходимо провести для разработки мероприятий по улучшению имиджа банка в глазах клиентов? Предложите возможные виды и методы таких исследований. Ответ обоснуйте.

### **Задание 8.**

*Условие:*

Коммерческой организации потребительского рынка необходим кредит. Исходные данные: объем сбыта продукции в начале периода ( $Q_1$ ) – 385 шт. Объем сбыта продукции в конце периода ( $Q_2$ ) – 345 шт. Цена продукции в начале периода ( $P_1$ ) – 21000 руб. Цена продукции в конце периода ( $P_2$ ) – 22000 руб.



*Задание:*

1. Определите потребность в кредите на продукцию на основе расчета коэффициента эластичности  $E_p$  (чем эластичнее спрос, тем выше востребованность кредита).

2. Округлите коэффициент эластичности до 2-х знаков после целой части. Все ответы обоснуйте.

### **Задание 9.**

*Условие:* Региональный коммерческий банк осуществляет обслуживание физических лиц по стандартным видам услуг. Отделение осуществляет только расчетно-кассовое обслуживание.

*Задание:*

1. Необходимо разработать план маркетингового исследования и форму анкеты для выявления у посетителей отделения банка потребности в новых видах услуг, которых нет среди услуг банка.

2. Проведите анализ внешней среды на макро- и микро уровнях, используя методы PESTLE-анализа, пятифакторной модели конкуренции М. Портера.

3. Смоделируйте основные показатели и составьте качественный SWOT-анализ.

4. Перечислите возможные источники маркетинговой информации и методы их получения для выявления новых услуг, которые не представлены в отделении.

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

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

Во время подготовки к экзамену рекомендуется помимо лекционного материала, учебников, рекомендованной литературы просмотреть также

выполненные в процессе обучения задания для индивидуальной и самостоятельной работы, задачи, лабораторные и курсовые работы.

При подготовке целесообразно делать выписки и записи на отдельных листах бумаги с пометкой номера вопроса или темы. При необходимости в процессе подготовки ответа на вопросы необходимо отмечать изменения, которые произошли в законодательстве, увязывать теоретические проблемы с практикой сегодняшнего дня и опытом, полученным в период прохождения практики. В случае возникновения трудностей при подготовке к государственному экзамену обращайтесь к преподавателю за соответствующими разъяснениями. Обязательным является посещение консультаций и обзорных лекций, которые проводятся перед государственным экзаменом.

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

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

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

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

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

Оценка «неудовлетворительно» (2 балла) выставляется в случае, если материал излагается непоследовательно, не аргументировано, бессистемно, ответы на вопросы выявили несоответствие уровня знаний выпускника

требованиям ФГОС ВО в части формируемых компетенций, а также дополнительным компетенциям, установленным вузом.

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

Максимальное количество баллов (5 баллов) ставится, если выпускник полностью справился с выполнением комплексного профессионально-ориентированного задания, обосновал полученные результаты. Количество баллов снижается, если комплексное профессионально-ориентированное задание выполнено, но допускаются неточности в обосновании результатов. Минимальное количество баллов (3 балла) ставится, если комплексное профессионально-ориентированное задание, в основном, выполнено, намечен правильный ход решения, но допущены ошибки в процессе подсчетов, расчетов и неверно сформулированных выводов. Оценка «неудовлетворительно» (2 балла) выставляется в случае, если отсутствует ответ на комплексное профессионально-ориентированное задание, либо нет решения, что означает несоответствие уровня подготовки выпускника требованиям к результатам освоения образовательной программы, включая дополнительные профессиональные компетенции, формируемые вузом. Перед процедурой обсуждения ответов экзаменуемых каждый член государственной экзаменационной комиссии выставляет свою персональную оценку для каждого студента, используя сумму баллов, полученных после заполнения листа оценки студента. Далее государственная экзаменационная комиссия рассматривает каждого выпускника отдельно: итоговая оценка представляет среднее арифметическое от суммы оценок, выставленных каждым членом комиссии.

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

**Кафедра «Логистика и маркетинг»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Зав. кафедрой «Логистика и маркетинг»

\_\_\_\_\_ Ф. Венде

\_\_\_\_\_ 2019 г.

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

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.04.02 «Менеджмент»

Направленность программы магистратуры

«Финансовый маркетинг»

*Одобрено заседанием кафедры «Логистика и маркетинг»*

*(протокол № 6 от 19 ноября 2019 г.)*

Москва 2019

Рецензент:

Синяева И.М. – д.э.н., профессор кафедры «Логистика и маркетинг» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

К26 Карпова С.В., Рожков И.В. Методические рекомендации по подготовке и защите выпускной квалификационной работы (ВКР). Для студентов, обучающихся по направлению 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Финансовый маркетинг». – М.: Финансовый университет, кафедра «Логистика и маркетинг», 2019. – 60 с.

Методические рекомендации по подготовке и защите ВКР предназначены для студентов, обучающихся по направлению 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг». Они содержат общие положения подготовки ВКР, требования к содержанию и структуре, оформлению и оцениванию выпускной квалификационной работы, требования к защите ВКР и др.

© С.В. Карпова, И.В. Рожков, 2019  
© Финансовый университет, 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	31
Раздел 1. Основные положения к профессиональной подготовке выпускника	32
1.1. Цель и задачи выпускной квалификационной работы	32
1.2. Требования к профессиональной подготовке	33
1.3. Квалификационные требования, необходимые для выполнения профессиональной деятельности	34
1.4. Соответствие профессиональных функций и требований к профессиональной подготовке выпускника	38
Раздел 2. Требования к содержанию и структуре ВКР	40
2.1. Выбор и определение темы ВКР	40
2.2. Руководство ВКР	41
2.3. Структура и порядок выполнения ВКР	43
Раздел 3. Рекомендации по подготовке к защите магистерской ВКР	52
Раздел 4. Размещение на Информационно образовательном портале Финуниверситета и порядок хранения ВКР	54
Приложение 1. Темы магистерской ВКР	55
Приложение 2. Форма заявления на закрепление темы ВКР	57
Приложение 3. Задание на выпускную квалификационную работу	58
Приложение 4. Форма отзыва научного руководителя ВКР	59

## **Введение**

Программа подготовки выпускной квалификационной работы (ВКР) подготовлена на основании ФГОС ВО подготовки магистров по направлению 38.04.02 «Менеджмент» и собственного образовательного стандарта по менеджменту Финуниверситета, приказа ректора Финуниверситета от 08.04.2016 г. № 0785/о (с измен. и дополн.).

Нормативный срок реализации программы подготовки магистра составляет два года. Защита выпускной квалификационной работы является формой Государственной Итоговой Аттестации (ГИА) обучающихся, завершивших освоение образовательной программы магистратуры в соответствии с ФГОС ВО и собственными образовательными стандартами Финуниверситета. Квалификация присваивается по результатам Государственной Итоговой Аттестации (ГИА).

Миссия государственной итоговой аттестации магистерской программы «Финансовый маркетинг» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» направлена на комплексную оценку реализации второго уровня (степени) высшего образования в результате формирования у выпускников личностных качеств, общекультурных, общенациональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

Государственная итоговая аттестация студента включает государственный междисциплинарный экзамен и защиту выпускной квалификационной работы, которые предназначены для определения практической и теоретической подготовленности студента магистратуры к выполнению профессиональных задач.

Государственный междисциплинарный экзамен включает вопросы по обязательным дисциплинам вариативной части профессионального цикла магистерской программы «Финансовый маркетинг».

## **Раздел 1. Основные положения к профессиональной подготовке выпускника**

### **1.1. Цель и задачи выпускной квалификационной работы**

Выпускная квалификационная работа (ВКР) студента должна обеспечивать закрепление академической культуры и необходимую совокупность методологических подходов и методических навыков в избранной области профессиональной деятельности.

Выпускная квалификационная работа обучающегося в магистратуре выполняется в рамках научно-исследовательской работы и всех видов практики, предусмотренных образовательной программой на основе глубокого изучения фактического материала, а также литературных, статистических и других источников по направлению подготовки (специализации), включая монографии, учебники, учебные пособия, статистические сборники, периодические издания, материалы сети Интернет.

При выполнении ВКР студенты должны показать свою способность самостоятельно решать на современном уровне задачи профессиональной деятельности, опираясь на полученные углубленные знания, умения и сформированные компетенции. ВКР обучающегося в магистратуре должна представлять собой оригинальную работу исследовательского характера, посвященную решению актуальной задачи, имеющей теоретическое и (или) прикладное значение, обладать внутренним единством, содержать совокупность научных обобщений, практические рекомендации и положения, выдвигаемые автором для публичной защиты.

ВКР может быть выполнена несколькими обучающимися совместно. В исследовательский коллектив при написании ВКР не может входить более 3 магистрантов одного года. Тематика выпускных квалификационных работ должна быть направлена на решение профессиональных задач.

Перечень направлений научных исследований обучающихся в магистратуре разрабатывает (актуализирует) и утверждает кафедра «Логистика и маркетинг» с учетом содержания обучения по ОП, специфики научной школы



и НИР кафедры, а также планом НИР Финуниверситета. Направление научного исследования и научный руководитель закрепляются за студентом приказом Финуниверситета и отражается в индивидуальном плане работы студента.

Подготовка и защита выпускной квалификационной работы обеспечивает формирование следующих компетенций по направлению 38.04.02 «Менеджмент», направленность программы магистратуры «Финансовый маркетинг», для 2019 года приема:

Универсальные компетенции:

Способность к абстрактному мышлению, критическому анализу проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработке стратегии действий (УК-1).

Способность применять коммуникативные технологии, владеть иностранным языком на уровне, позволяющем осуществлять профессиональную и исследовательскую деятельность, в т.ч. в иноязычной среде (УК-2).

Способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности в соответствии с важностью задач, методы повышения ее эффективности (УК-3).

Способность к организации межличностных отношений и межкультурного взаимодействия, учитывая разнообразие культур (УК-4).

Способность руководить работой команды, принимать организационно-управленческие решения для достижения поставленной цели, нести за них ответственность (УК-5).

Способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-6).

Способность проводить научные исследования, оценивать и оформлять их результаты (УК-7).

Профессиональные компетенции:

Способность осуществлять оценку эффективности и результативности деятельности организации в целом и отдельных проектов, разрабатывать для этого методики оценки и необходимые показатели с учётом факторов риска и в условиях неопределённости (ПКН-3).

Способность руководить проектной и процессной деятельностью в организации, а также выявлять, оценивать и реализовывать новые рыночные возможности, управлять материальными и финансовыми потоками, а также всеми видами рисков деятельности экономических систем (ПКН 4).

Способность обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты и участвовать в распространении экономических и управленческих знаний (ПКН 5).

Способность управлять стратегическими изменениями в деятельности организации, разрабатывать новые направления деятельности организации и соответствующие им бизнес-модели организаций (ПКН-6).

Способность самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, и социальную значимость, обеспечивать их реализацию (ПКН-7).

Способность анализировать, определять и эффективно использовать человеческий и социальный и интеллектуальный капитал, а также накопленные организацией знания, применяя при этом необходимые лидерские и коммуникативные навыки (ПКН 8).

Дополнительные компетенции:

Способность использовать методы стратегического анализа, маркетингового управления и контроля для всех элементов комплекса финансового маркетинга (ДКН-1).

Способность проектировать и применять методики маркетинговых исследований на финансовых рынках (ДКН-2).

Способность проведения эффективной товарной и ценовой политики финансовой организации с использованием информационного обеспечения и технологий интернет-маркетинга (ДКН-3).

Способность принимать комплексные и эффективные маркетинговые решения в области банковского, страхового, инвестиционного и портфельного

управления проектами; а также владеть искусством управления продажами (ДКН-4).

Способность управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями на финансовом рынке (ДКН-5).

Способность формировать имидж и деловую репутацию финансовой компании с учетом лояльности и психологии поведения потребителей на финансовом рынке (ДКН-6).

Целями написания и защиты ВКР являются:

- раскрытие выбранной темы, творческий подход к изучению современной научной литературы, периодической печати и иных источников информации и овладение навыками логического письменного изложения экономических и финансовых проблем организации;

- демонстрация навыков самостоятельной научной работы, творческого мышления, обобщения результатов углубленного экономического анализа;

- углубленное изучение выбранных разделов из специальных учебных курсов и развитие навыков самостоятельной исследовательской работы.

Государственная итоговая аттестация осуществляется государственной экзаменационной комиссией (ГЭК), образованной по магистерской программе «Финансовый маркетинг» на кафедре «Логистика и маркетинг» приказом ректора Финансового университета. Сроки проведения государственной итоговой аттестации определяются учебным планом магистерской программы и конкретизируются кафедрой «Логистика и маркетинг». При условии успешного прохождения всех установленных видов итоговых аттестационных испытаний, входящих в государственную итоговую аттестацию, выпускнику Финансового университета присваивается квалификация магистр и выдается диплом государственного образца.

## **1.2. Требования к профессиональной подготовке**

Магистерская программа «Финансовый маркетинг» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» нацелена на подготовку специалистов высшего управленческого состава для организаций, действующих на финансовых рынках, и обеспечивает освоение и разработку методов и инструментов маркетингового исследования для современного финансового анализа, оценки рыночной устойчивости компании, технологий анализа и работы в целевых сегментах рынков, способов разработки ценовых стратегий рыночного участия.

Студент магистратуры должен быть подготовлен к эффективной профессиональной, научно-исследовательской, педагогической и аналитической деятельности в области управления маркетингом организаций различных форм собственности. Основными видами его деятельности являются: проведение научных и прикладных исследований, преподавание дисциплин, относящихся к магистерской программе, ведение аналитической и консультационной работы в области рыночного участия для обеспечения конкурентного преимущества.

Программа направлена на подготовку финансовых маркетологов-аналитиков высокой квалификации с ориентацией на разработку обоснованных стратегических решений на финансовых рынках и финансовых маркетологов-организаторов по направлениям бренд-менеджмент, ценообразование, управление продажами, маркетинговые коммуникации на финансовых рынках.

В основе подготовки студентов магистерской программы «Финансовый маркетинг» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» лежит изучение следующих обязательных дисциплин вариативной части профессионального цикла: «Концепции финансового маркетинга», «Стратегический маркетинг на финансовом рынке», «Маркетинговые исследования на финансовом рынке», «Современная финансовая система и финансовая политика», «Информационное обеспечение маркетинговой деятельности компании», «Ценообразование и управление ценами на финансовом рынке», «Управление маркетинговыми коммуникациями на финансовом рынке», «Финансовые рынки».

### **1.3. Квалификационные требования, необходимые для выполнения профессиональной деятельности**

По окончании обучения и освоения магистерской программы «Финансовый маркетинг» для выполнения каждой из задач профессиональной деятельности студент должен обладать следующими компетенциями:

- способность к абстрактному мышлению, критическому анализу проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработке стратегии действий (УК-1);

- способность применять коммуникативные технологии, владеть иностранным языком на уровне, позволяющем осуществлять профессиональную и исследовательскую деятельность, в т.ч. в иноязычной среде (УК-2);

- способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности в соответствии с важностью задач, методы повышения ее эффективности (УК-3);

- способность к организации межличностных отношений и межкультурного взаимодействия, учитывая разнообразие культур (УК-4);

- способность руководить работой команды, принимать организационно-управленческие решения для достижения поставленной цели, нести за них ответственность (УК-5);

- способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-6);

- способность проводить научные исследования, оценивать и оформлять их результаты (УК-7);

- способность к выявлению проблем и тенденций в современной экономике и решению профессиональных задач на основе знания (продвинутый уровень) экономической и управленческой теории, а также обобщения и критического анализа актуальных практик управления (ПКН-1);

- способность применять современные методы и техники сбора, обработки и анализа данных, а также определения и прогнозирования основных социально-экономических показателей объектов управления (ПКН-2);

- способность осуществлять оценку эффективности и результативности деятельности организации в целом и отдельных проектов, разрабатывать для этого методики оценки и необходимые показатели с учётом факторов риска и в условиях неопределённости (ПКН-3);

- способность руководить проектной и процессной деятельностью в организации, а также выявлять, оценивать и реализовывать новые рыночные возможности, управлять материальными и финансовыми потоками, а также всеми видами рисков деятельности экономических систем (ПКН 4);

- способность обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты и участвовать в распространении экономических и управленческих знаний (ПКН 5);

- способность управлять стратегическими изменениями в деятельности организации, разрабатывать новые направления деятельности организации и соответствующие им бизнес-модели организаций (ПКН-6);

- способность самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, и социальную значимость, обеспечивать их реализацию (ПКН-7);

- способность анализировать, определять и эффективно использовать человеческий и социальный и интеллектуальный капитал, а также накопленные организацией знания, применяя при этом необходимые лидерские и коммуникативные навыки (ПКН 8);

- способность использовать методы стратегического анализа, маркетингового управления и контроля для всех элементов комплекса финансового маркетинга (ДКН-1);

- способность проектировать и применять методики маркетинговых исследований на финансовых рынках (ДКН-2);

- способность проведения эффективной товарной и ценовой политики финансовой организации с использованием информационного обеспечения и технологий интернет-маркетинга (ДКН-3);

- способность принимать комплексные и эффективные маркетинговые решения в области банковского, страхового, инвестиционного и портфельного управления проектами; а также владеть искусством управления продажами (ДКН-4);

- способность управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями на финансовом рынке (ДКН-5);

- способность формировать имидж и деловую репутацию финансовой компании с учетом лояльности и психологии поведения потребителей на финансовом рынке (ДКН-6).

✓ *знать:*

- сущность бизнеса и стратегического управления в условиях рынка, миссии и главной стратегической цели деятельности системы маркетингового управления хозяйствующего субъекта, его позиции во внешней конкурентной среде, владеть методами диагностики состояния параметров внутренней и элементов внешней среды хозяйствующего субъекта;

- объективные тенденции экономического развития, закономерности функционирования экономических систем, взаимодействие экономических процессов и их социальное содержание, сущность фискальной и денежно-кредитной, социальной и инвестиционной политик;

✓ *уметь:*

- разрабатывать соответствующую философию рыночного участия с учетом уровня спроса и потребительского поведения в целевом сегменте, логистических форм и методов доставки груза;

- разрабатывать системы стратегического, текущего и оперативного контроля маркетинга, формировать показатели мониторинга, владеть принципами и методами маркетингового управления процессами на финансовых рынках;

- разрабатывать стратегию развития финансовой организации на длительную перспективу;

- оценивать с разных сторон (институциональной, социальной, мотивационной) поведение потребителей в целевых сегментах сбыта;

- выявлять и использовать внутренние резервы организации, формировать рациональные механизмы управления, совершенствовать организационные структуры финансовой организации;

- систематизировать и обобщать информацию, уметь использовать математические методы и компьютерную технику в профессиональной деятельности;

✓ *владеть:*

- способностью руководить маркетинговыми службами и подразделениями финансовых организаций;

- инструментами маркетинговых исследований для комплексной оценки регулируемых и нерегулируемых факторов рыночной среды в целях перехода к клиентоориентированной модели управления финансовой организацией;

- способностями принимать организационно-управленческие решения в маркетинговых службах и оценивать их последствия;

- способностью оценивать результаты практических исследований, анализировать и синтезировать информацию;

- навыками публичных деловых и научных коммуникаций в целях успешного позиционирования продукта (бренда) и повышения популярности финансовой организации;

- компьютерными методами сбора, хранения и обработки (редактирования) информации для разработки прогнозов развития конкретных социально-экономических процессов на микро- и макроуровнях;

- быть способным к проектной деятельности в профессиональной сфере, знать принципы системного анализа, уметь строить и использовать модели для



описания и прогнозирования различных явлений, осуществлять их качественный и количественный анализ;

- на регулярной основе постоянно развивать свой общекультурный и профессиональный уровень и самостоятельно осваивать новые методы самосовершенствования.

#### **1.4. Соответствие профессиональных функций и требований к профессиональной подготовке выпускника**

Профессиональные функции и требования к профессиональной подготовке студента магистратуры включают:

- умение решать комплекс управленческих задач, связанных с деятельностью организации и стратегией ее развития;

- умение решать комплекс маркетинговых задач по анализу рыночной ситуации, обеспечению конкурентоспособности товаров и услуг, использованию информационных технологий для решения маркетинговых задач, финансовой устойчивости организации;

- умение разрабатывать товарной политику, ценовую политику и стратегии ценовую и коммуникационную политики.

Выпускник магистерской программы «Финансовый маркетинг» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» должен уметь решать задачи, соответствующие его квалификации по анализу финансовых рынков, координации и регулированию деятельности структурных подразделений организации с учетом изменений в окружающей среде. Маркетолог определяет стратегию финансовой организации в условиях конкуренции, осуществляет подготовку предложений по развитию товарного ассортимента и ценовой политики. Выбирает каналы распределения и формирует коммуникационную политику финансовой организации, подготавливает программу стратегического и оперативного планирования, определяет эффективность маркетинговой деятельности. Результаты освоения знаний определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, то есть его способностью применять знания, умения, владения и личные качества в соответствии с задачами

профессиональной деятельности. При защите ВКР выпускник должен проявить знания, умение и владения навыками анализировать рыночную ситуацию; использовать экономико-математические, статистические методы в решении конкретных задач по оценке эффективности предпринимательской деятельности, разработке и прогнозированию стратегии ценообразования, продвижению товаров и услуг, товарной политики и организационным структурам маркетинга в финансовых организациях.

## **Раздел 2. Требования к содержанию и структуре ВКР**

### **2.1. Выбор и определение темы ВКР**

Тема ВКР должна быть ориентирована на решение профессиональных задач, указанных в ФГОС ВО по направлению 38.04.02 «Менеджмент».

#### *Выбор темы ВКР*

Начинать работу над ВКР необходимо с выбора темы. Кафедрой «Логистика и маркетинг» разрабатывается (актуализируется) и утверждается перечень тем ВКР обучающихся в магистратуре по магистерской программе «Финансовый маркетинг» (Приложение № 1). Темы ВКР обучающихся в магистратуре сформированы с учетом содержания обучения по магистерской программе «Финансовый маркетинг», научно-исследовательской работы (НИР) кафедры «Логистика и маркетинг» и планом НИР Финансового университета.

Перечень тем ВКР по каждой программе магистратуры (не менее 20 наименований) ежегодно формируется руководителем программы магистратуры до 15 мая, утверждается на заседании кафедры «Логистика и маркетинг» до 30 июня для размещения на информационно-образовательном портале Финансового университета.

Утвержденный перечень тем ВКР по магистерской программе «Финансовый маркетинг» направление 38.04.02 «Менеджмент» доводится до сведения студентов на первом курсе обучения не позднее 5 сентября (5 октября – для заочной формы обучения) путем размещения на странице кафедры

«Логистика и маркетинг» на сайте Финуниверситета, информационно-образовательном портале (ИОП).

Студент магистратуры обязан выбрать одну из утвержденных кафедрой «Логистика и маркетинг» тем ВКР не позднее 30 октября (01 декабря – для заочной формы обучения) первого года обучения.

Закрепление темы ВКР и научного руководителя за студентом осуществляется на основании письменного заявления студента. Заявление о закреплении темы ВКР, согласованной с потенциальным руководителем ВКР и руководителем программы магистратуры, передается не позднее 30 ноября (30 декабря – для заочной формы обучения) обучающимся на кафедру «Логистика и маркетинг» (Приложение № 2).

Заявление студента о выборе темы ВКР рассматриваются на заседании кафедры «Логистика и маркетинг» не позднее 10 декабря (20 января – для заочной формы обучения) первого года обучения. Решение кафедры оформляется протоколом. На основании выписки из протокола заведующим кафедрой «Логистика и маркетинг» готовится проект приказа о закреплении за обучающимися по магистерской программе «Финансовый маркетинг» направление 38.04.02 «Менеджмент» руководителей ВКР с указанием тем ВКР и согласовывает его с деканом соответствующего факультета не позднее 15 декабря (25 января – для заочной формы обучения).

Руководители и темы ВКР закрепляются за обучающимися первого курса приказом Финуниверситета не позднее 30 декабря (10 февраля – для заочной формы обучения). Закрепленная приказом тема ВКР отражается в индивидуальном плане работы обучающегося (ИПР) на ИОП.

Изменение темы ВКР в исключительных случаях возможно не позднее, чем за два месяца, а уточнение темы – не позднее, чем за один месяц до предполагаемой даты защиты ВКР, на основании согласованного с руководителем ВКР и руководителем программы магистратуры личного заявления обучающегося, составленного на имя заведующего кафедрой

Логистика и маркетинг», с обоснованием причины корректировки. Изменение или уточнение тем оформляется приказом Финансового университета.

Тема ВКР должна быть актуальной, соответствовать современному состоянию и перспективам развития экономики с учетом реальных проблем, стоящих перед хозяйствующими субъектами, отраслью, на основе фактических данных организаций, статистических отчетов, аналитических обзоров.

## **2.2. Руководство ВКР**

Руководитель осуществляет непосредственное руководство ВКР обучающегося по программе магистратуры (магистранта) в течение всего периода обучения.

При необходимости, по согласованию с руководителем магистерской программы, может быть назначен консультант ВКР из числа НПР другой кафедры / Департамента Финансового университета.

Руководитель должен иметь ученую степень; осуществлять самостоятельную научно-исследовательскую деятельность (участвовать в осуществлении такой деятельности) по профилю кафедры «Логистика и маркетинг»; иметь публикации по результатам НИР по тематике ВКР в ведущих отечественных и/или зарубежных рецензируемых научных журналах и изданиях; осуществлять апробацию результатов НИР на конференциях и семинарах.

Руководитель обязан оказывать помощь при составлении индивидуального плана обучающегося; контролировать выполнение заданий индивидуального плана по обязательной части подготовки ВКР; участвовать в формировании индивидуальной образовательной траектории обучающегося (оказывать практическую помощь при выборе дисциплин по выбору рабочего учебного плана, давать рекомендации по участию в научных конференциях, семинарах и других научных мероприятиях); выдавать задание на подготовку ВКР (Приложение № 3); консультировать студента по выбору темы ВКР, подготовке плана ВКР, составлению календарного графика работы над ВКР, а также при подборе литературы, теоретического и практического материала;

содействовать в выборе методики исследования, представлять квалифицированные рекомендации по содержанию ВКР; регулярно встречаться с обучающимся и осуществлять систематический контроль за ходом выполнения ВКР; оказывать методическую помощь в подготовке научных публикаций; информировать заведующего кафедрой в случае несоблюдения обучающимся графика выполнения ВКР; представлять оценку качества выполнения ВКР в соответствии с предъявляемыми к ней требованиями – подготовить письменный отзыв руководителя (Приложение № 4).

Замена руководителя ВКР осуществляется в случае увольнения ранее назначенного руководителя или по другим причинам.

Студент магистерской подготовки обязан систематически работать над избранной темой ВКР, регулярно (не реже одного раза в месяц) встречаться с руководителем и информировать его о проделанной работе. Он обязан подготовить ВКР для защиты в установленные сроки.

Руководитель магистерской программы «Финансовый маркетинг» осуществляет контроль над регулярностью и качеством взаимодействия обучающихся и научных руководителей, а также ходом подготовки ВКР, и в случае нарушения установленных требований и сроков принимает меры к их устранению. ВКР подлежит обязательному внешнему рецензированию. Рецензентами могут быть практические и научно-педагогические работники сторонних организаций, деятельность которых соответствует профилю магистерской программы.

### **2.3. Структура и порядок выполнения ВКР**

ВКР включает в себя теоретическую, прикладную направленность и должна содержать собственные исследования автора. Выполняется лично автором под руководством руководителя. Автор и руководитель подтверждают оригинальность текста работы с использованием системы «Антиплагиат» Финансового университета.

ВКР должна содержать:

- титульный лист;

- содержание;
- перечень условных обозначений и терминов (при необходимости);
- введение с обоснованием темы, целей и задач, теоретической, методической, информационной и практической базы;
- основная часть, структурированная на главы и параграфы;
- заключение с выводами;
- список использованных источников;
- приложения.

Титульный лист является первым листом магистерской ВКР и оформляется по установленной форме. В содержании приводятся заголовки глав, параграфов работы и указываются страницы, с которых они начинаются. Заголовки содержания должны полностью соответствовать заголовкам в тексте работы. Основная часть работы должна содержать не менее трех глав, которые разбивают на параграфы. Каждая глава (параграф) посвящен решению задач, сформулированных во введении, и заканчивается выводами, к которым привели результаты проведенных исследований. Формулировки названий глав должны быть в меру краткими, четкими, точно отражать их основное содержание, они не должны повторять название ВКР.

Заключение должно быть связано с поставленными во введении целями и задачами. В нем делаются выводы и обобщения, вытекающие из содержания работы, даются рекомендации и практические предложения, а также могут быть намечены пути дальнейших исследований в рамках изученной проблемы.

Магистерская ВКР – самостоятельная творческая работа студента магистратуры, выполняемая на примере конкретной финансовой организации.

Каждую главу следует начинать с новой страницы. Каждый следующий параграф начинается через один интервал на той же странице, где закончен предыдущий параграф.

Текст на страницах в рамки не обводится и не выделяется цветом. Разрешено использование цвета только при оформлении рисунков.

В названиях глав, заглавий, рисунков, таблиц точка в конце не ставится.

Страницы текста следует пронумеровать, а потом в соответствии с ними указать страницы глав и параграфов в «Содержании» магистерской ВКР.

Номера страниц проставляются в правом углу нижнего поля листа. Нумерация начинается с третьей страницы, с «Содержания».

Рекомендуется следующая последовательность организации и выполнения ВКР:

- подготовка плана и определение структуры работы;
- подбор нормативно-правовой, научной, специальной литературы и необходимой документации;
- получение конкретного фактического материала;
- обобщение, систематизация собранного материала;
- анализ конкретного фактического материала;
- формулирование выводов и предложений по проблемам, рассматриваемым в работе;

В процессе выполнения ВКР магистранту рекомендуется придерживаться следующих требований:

- целевая направленность сбора и обработки материала;
- четкость построения таблиц, схем, графиков, диаграмм;
- логическая последовательность изложения материала;
- необходимая глубина исследования;
- полнота освещения рассматриваемых вопросов работы;
- убедительность аргументации в обосновании важности исследуемого вопроса;
- краткость и точность формулировок и изложения результатов работы;
- доказательность выводов;
- обоснованность рекомендаций;
- грамотное изложение текста работы, ее аккуратное оформление.

Студенту магистерской подготовки рекомендуется придерживаться следующей структуры ВКР: введение, три главы (включающие теоретические и

методологические основы изучения проблемы, анализ изучаемой проблемы в организации, разработку рекомендаций и мероприятий по решению изучаемой проблемы в организации), заключение, перечень использованных источников, приложения.

Целью исследования, проводимого в ВКР, является раскрытие темы (факторов, механизмов) и обоснование направлений развития (конкретный пример) в условиях рынка с конкретными рекомендациями автора. Задачи исследования – это теоретические и практические результаты, которые должны быть получены в магистерской ВКР и итоги решения которых будут способствовать коммерческому успеху финансовой организации.

Объектом исследования может быть маркетинговая деятельность любой финансовой организации, а именно: банка, страховой и инвестиционной компании, ПИФа, коммерческого или некоммерческого характера, государственные или частные.

Предмет исследования определяется темой магистерской ВКР, актуальность которой должна быть раскрыта.

Содержание работы должно быть освещено в логической последовательности. Проблемы исследования и пути их решения представляются с использованием экономико-математических методов и статистических моделей, а также современных информационных технологий.

Во введении обосновывается выбор темы, характеризуется ее актуальность и практическая значимость, выделяются цели и задачи, новизна исследования. Здесь же раскрывается объект и предмет исследования, т.е. круг исследуемых вопросов, обозначается фактический материал, на котором строится исследование. Во введении следует обосновать, чем и почему ограничен круг исследования, временные рамки исследования, выбор фактического материала и т.п. Очень важно во введении выделить вклад автора в виде конструктивных предложений по решению выбранной темы.

Первая глава, как правило, носит теоретический (методологический) характер. В ней освещается история исследуемого вопроса, существующие в



литературе подходы и дискуссионные точки зрения, должна быть рассмотрена законодательная и нормативная база. При анализе существующих подходов следует не только отразить изложенные в литературе точки зрения, но и обозначить и аргументировать свою позицию по рассматриваемому вопросу. Высказывания авторов (цитаты) следует приводить полностью без сокращений с соответствующими ссылками на литературный источник. Если магистрант соглашается с приведенной точкой зрения, он должен выдвинуть в пользу имеющейся точки зрения свои дополнительные аргументы.

Во второй главе анализируется собранный фактический материал, проводятся соответствующие расчеты, которые служат базой для выводов и предложений.

Третья глава обобщает всю проделанную работу. В ней на базе исследования, проведенного в предыдущих главах, приводятся конкретные решения задачи, предлагаемые автором. Особое внимание следует уделить последствиям внедрения предложений в практику деятельности соответствующей финансовой организации. Все выводы и рекомендации, предлагаемые в магистерской ВКР, должны быть обоснованы и убедительно аргументированы.

В заключении отражаются полученные результаты и важнейшие авторские практические предложения в виде основных выводов.

Не рекомендуется в тексте использовать чрезмерно крупные или очень дробные абзацы. Не допускается самовольное сокращение слов, кроме общепринятых (НТП, РФ, КПД и т.д.). Стиль выпускной квалификационной работы должен быть деловым, без излишней эмоциональной окраски. Не рекомендуется использовать местоимения и глаголы в первом лице. Так, например, вместо выражений «я считаю» и «по моему мнению» следует писать «по мнению автора», «на наш взгляд», «по нашему мнению» и т.д.

#### *Оформление списка использованных источников*

Список использованных источников содержит все литературные источники, правовые и нормативные документы, которые автор цитировал или

которые были им изучены при написании работы. Используемые в процессе выпускной квалификационной работы литературные источники указываются в конце работы перед приложениями.

Порядок указания источников следующий:

- законодательные и нормативные акты, в т.ч. указы Президента РФ, постановления Правительства РФ;
- монографии, сборники научных трудов, диссертации, учебники, учебные пособия, справочники и т.п.;
- статьи в периодических изданиях, сборниках научных трудов;
- иностраные источники;
- информационные источники (интернет-источники, базы данных, программные продукты и т.п.).

Перечень использованных при написании магистерской ВКР литературных источников нумеруется и составляется в алфавитном порядке с обязательным указанием автора, названия работы, города, издательства и года издания. Все литературные источники должны быть пронумерованы арабскими цифрами (сквозная нумерация по всему списку литературы). Ссылка на литературный источник в тексте ВКР приводится в квадратных скобках с указанием номера из списка литературы и используемая страница, например: [9, с. 12] (что означает: 9-й литературный источник, 12-я страница). А также возможно использование ссылок на источники постранично (в нижней части страницы) с указанием номера используемой страницы источника. Там можно размещать примечания, оформляемые как сноски. Недопустимо заимствование текста из литературных источников без ссылки на цитату автора.

*Пример оформления списка использованных источников:*

*Законодательные и нормативные акты*

1.Федеральный закон РФ «Гражданский кодекс РФ. Часть 1» от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (в ред. Федерального закона РФ от 10 января 2003 г. № 15-ФЗ)  
//КонсультантПлюс.

2. Постановление Правительства РФ «О некоторых мерах по реализации законодательства о несостоятельности (банкротстве) предприятий от 20 мая 1994 г. № 498 (в ред. Постановления Правительства РФ от 24 августа 2002 г. №630) // КонсультантПлюс.

*Монографии, сборники научных трудов, диссертации, учебники, учебные пособия, справочники и т.п.*

3. Маркетинг и современность: Монография. /Под общей ред. С.В. Карповой. – М.: Вузовский учебник, Инфра-М, 2014. – 266 с.

4. Маркетинг и современность: Сборник научных статей к научно-практическому круглому столу на тему: «Место и роль маркетинга в инновационном развитии российской экономики» от 10 декабря 2012 г. /Под общ. ред. С.В. Карповой. – М.: Изд-во «Палеотип», 2013 – 468 с.

5. Синяева И.М. Маркетинг PR и рекламы: Учебник. / И.М. Синяева, В.М. Маслова и др. – М.: Юнити-Дана, 2011.

6. Маркетинг услуг: Учебник / И.М. Синяева, В.В. Синяев и др.; под ред. проф. Л.П. Дашкова. – М.: ИТК «Дашков и К°», 2014. – 252 с.

*Статьи в периодических изданиях:*

7. Никулина Н., Суходоева Л., Тарасова Е. Бенчмаркетинг – технология изучения и применения комплексных решений в страховом бизнесе. //Страховое дело. – 2009. – № 5. – С. 14–23.

*Иностранные источники*

8. Freeman C. The National System of Innovation in Historical Perspective. //Cambridge Journal of Economics. – 2013. – Vol. 19. – №1. – P. 5-24.

*Информационные источники*

9. Официальные периодические издания: электронный путеводитель /Рос. нац. б-ка, Центр правовой информации. [СПб.], 20052007. URL: <http://www.nlr.ru/lawcenter/izd/index.html> (дата обращения: 18.11.2014).

10. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики – <http://www.gks.ru>.

11. Рынок тренингов Новосибирска: своя игра [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://nsk.adme.ru/news/2006/07/03/2121.html> (дата обращения: 17.10.14).

12. Рейтинг РБК – [http:// www.rating.rbc.ru](http://www.rating.rbc.ru)

Список использованных источников должен включать не менее 70 источников. Рекомендуется использовать книги и журналы, изданные за последние пять лет. ВКР должна быть отпечатана и переплетена (твердый переплет). Рекомендуемый объем диссертации составляет не более 100 страниц. Оформляется ВКР в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 (Библиографическая ссылка); ГОСТ 7.32-2001 в ред. Изменения № 1 от 01.12.2005, ИУС № 12, 2005 (Отчет о НИР); ГОСТ 7.1-2003 (Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления).

Должна быть выполнена с использованием компьютера на одной стороне листа белой бумаги формата А 4 через 1,5 интервала. Цвет шифра черный, шифр – Times New Roman, размер 14, полужирный шрифт не применяется. Размер полей: правое – не менее 10 мм, верхнее 25 и нижнее – не менее 20 мм, левое – не менее 30 мм (ГОСТ 7.32-2001, в ред. Изменения № 1 от 01.12.2005, ИУС № 12, 2005).

Нумерацию сносок следует начинать заново на каждой странице, шрифт 12. Графики, схемы, диаграммы располагаются непосредственно после текста, имеющего на них ссылку (выравнивание по центру страницы). Название графиков, схем, диаграмм помещается под ними, пишется без кавычек и содержит слово Рисунок без кавычек и указание на порядковый номер рисунка, без знака №. Например, Рисунок 1. Название рисунка.

Таблицы располагаются в магистерской ВКР непосредственно после текста, имеющего на них ссылку (выравнивание по центру страницы). Таблицы нумеруются арабскими цифрами сквозной нумерацией в пределах всей работы.

Приложения должны начинаться с новой страницы в порядке появления ссылок на них в тексте и иметь заголовки с указанием слова Приложение, его

порядкового номера и названия. Порядковые номера приложений должны соответствовать последовательности их упоминания в тексте.

Страницы ВКР следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Номер страницы проставляется в правом углу нижней части страницы без точки. Титульный лист включается в общую нумерацию страниц ВКР. Номер на титульном листе не проставляют. Каждую главу работы следует начинать с новой страницы, параграфы на составные части не подразделяются. Приложения не входят в установленный объем ВКР, хотя общая нумерация страниц их охватывает.

Законченная магистерская ВКР подписывается студентом на первом и последнем листе текста «Заключение» после последнего предложения в тексте заключения, с указанием даты представления работы на кафедру:

«Данная работа выполнена мною самостоятельно»

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 200\_ г.

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

Магистерская ВКР представляется на кафедру в печатном виде в твердом переплете в одном экземпляре, вместе с отзывом руководителя и внешней рецензией не позднее, чем за 5 календарных дней до назначенной даты защиты.

Рецензия пишется в произвольной форме, на фирменном бланке организации, с печатью и подписью (при необходимости подпись заверяется). Рецензент должен сосредоточить внимание на качестве выполненной работы:

- дать характеристику ВКР в целом, и отдельных ее разделов, научный уровень работы, актуальность темы, оценить новизну предложенных методов решения задач. При этом особо отмечают разработки, которые отличаются самостоятельностью решений, сложностью реализации, а также те разделы, которые требуют доработки;

- свой взгляд на соответствие ВКР заданию, назвать те вопросы, которые не получили достаточного освещения в работе либо совсем проигнорированы.

Все составные части исследовательской работы должны быть подробно рассмотрены;

- если авторские рекомендации внедряются в производственный процесс или апробированы, необходимо указать это в рецензии.

Особо следует остановиться на практической подготовке магистранта и его умении самостоятельно использовать полученные знания при решении конкретных задач. Следует отметить те разделы работы, которые характеризуют исследовательские способности магистранта, в частности умение:

- прогнозировать динамику, тенденции развития объекта;
- корректно формулировать задачи своей деятельности;
- устанавливать взаимосвязи, анализировать и диагностировать причины появления проблем.

Необходимо отметить практическую значимость работы, системность, логическую взаимосвязь всех частей исследования друг с другом, а также их подчиненность общей задаче, оценить качество изложения материала.

Следует рассмотреть работу с точки зрения завершенности, актуальности и возможности внедрения в практику, а также оценить наличие у магистранта качеств исследователя – умения организовывать работу, трудолюбие, ответственность, логическую последовательность, четкость изложения в описании хода исследований и др.

Необходимо дать оценку выполненной магистрантом работы по пятибалльной системе («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»).

### **Раздел 3. Рекомендации по подготовке к защите магистерской ВКР**

Завершающим этапом выполнения студентом магистерской ВКР является ее защита. К защите магистерской ВКР допускаются студенты, успешно завершившие в полном объеме освоение магистерской программы «Финансовый маркетинг» по направлению «Менеджмент», в том числе всех видов практики, успешно сдавшие итоговый государственный экзамен и представившие

магистерскую ВКР с отзывом научного руководителя и внешней рецензией в установленный срок.

ВКР с резолюцией заведующего кафедрой о допуске к защите вместе с письменным отзывом руководителя и внешней рецензией передается секретарю государственной экзаменационной комиссии (ГЭК) не позднее, чем за два календарных дня до дня защиты ВКР.

#### *Защита ВКР*

Процедура защиты ВКР включает в себя:

- открытие заседания ГЭК (председатель);
- доклады обучающихся (не более 15 минут на доклад);
- вопросы членов комиссии по ВКР и докладу обучающегося (при ответах на вопросы обучающийся имеет право пользоваться своей работой);
- выступление руководителя ВКР, либо в случае его отсутствия, заслушивание текста отзыва;
- выступление рецензента ВКР, либо в случае его отсутствия, заслушивание текста рецензии;
- заключительное слово обучающегося, включающее в себя ответы на замечания рецензента.

Выступление обучающегося ограничено по времени, поэтому в нем следует свести до минимума изложение общеизвестных сведений. Необходимо кратко обосновать актуальность темы, сжато изложить понимание исследуемой проблемы, уделив основное внимание самостоятельно выполненным практическим результатам исследования, элементам научного вклада в решение проблемы. При этом речь должна идти об основных выводах и предложениях, их обосновании, теоретической и практической значимости.

В заключительном выступлении магистрант должен ответить на замечания рецензента (при необходимости).

#### *Раздаточный материал*

Наряду с оформленной и сброшюрованной ВКР студент представляет на защиту тщательно оформленный раздаточный материал, экземпляры которого

передаются каждому члену аттестационной комиссии. Назначение раздаточного материала – акцентировать внимание членов аттестационной комиссии и присутствующих на результатах, полученных магистрантом при выполнении ВКР. Наличие раздаточного материала помогает магистрантам во время защиты более конкретно изложить содержательную часть своего доклада.

Раздаточный материал (схемы, графики, диаграммы, таблицы и другие данные, характеризующие результаты работы) должен быть представлен на листах формата А4 и тщательно оформлен. При этом содержание раздаточного материала должно быть органически связано с содержанием магистерской ВКР. Все выносимые на защиту раздаточные материалы обязательно должны присутствовать (дублироваться) в соответствующих главах ВКР. Не допускается представление на защиту ВКР раздаточного материала, по своему содержанию не связанного непосредственно с текстом доклада.

Целесообразно представление доклада в форме презентации с использованием компьютерного видеопроектора. Результат защиты магистерской ВКР оценивается по пятибалльной системе оценки знаний и отражается в протоколе заседания ГЭК. В случае получения неудовлетворительной оценки при защите магистерской ВКР, а также в случае неявки студента на защиту по неуважительной причине, повторная защита проводится в соответствии с Положением о выпускной квалификационной работе по программе магистратуры в Финансовом университете.

По результатам защиты обучающийся имеет право подать в апелляционную комиссию письменную апелляцию о нарушении, по его мнению, установленной процедуры проведения защиты ВКР. Апелляция подается лично обучающимся в апелляционную комиссию не позднее следующего рабочего дня после объявления результата защиты ВКР.

#### **Раздел 4. Размещение на Информационно образовательном портале Финуниверситета и порядок хранения ВКР**

По нормативным требованиям Финансового университета осуществляется размещение ВКР на информационно-образовательном портале.





**Примерные темы ВКР магистерской программы  
«Финансовый маркетинг»**

1. Big-data в цифровом маркетинге (на примере финансовой организации).
2. Аудит маркетинговой деятельности финансовой организации.
3. Исследование эффективности затрат на маркетинг финансовой организации.
4. Использование социальных сетей в маркетинговой деятельности финансовой организации (на примере конкретной страховой организации, банка и т.п.).
5. Исследование поведения потребителей продуктов (услуг) финансовой организации (на примере конкретной страховой организации, банка и т.п.).
6. Организация маркетинга финансовой организации в условиях кризиса (на примере конкретной страховой организации, банка и т.п.).
7. Организация маркетинговых исследований на рынке финансовых услуг (на примере конкретной страховой организации, банка и т.п.).
8. Осуществление контроля за эффективностью маркетинговой деятельности финансовой организации в условиях нестабильности (на примере конкретной страховой организации, банка и т.п.).
9. Оценка конкурентоспособности продуктов (услуг) финансовой организации на внешнем/внутреннем рынке в условиях импортозамещения (на примере конкретной страховой организации, банка и т.п.).
10. Оценка эффективности системы продвижения продуктов (услуг) финансовой организации (на примере конкретной страховой организации, банка и т.п.).
11. Повышение эффективности работы службы маркетинга финансовой организации в условиях кризиса (на примере конкретной страховой организации, банка и т.п.).
12. Построение системы комплексных перекрестных продаж и многоуровневой модели клиентского покрытия финансовой организацией.
13. Проект мероприятий по созданию имиджа финансовой организации (на примере конкретной страховой организации, банка и т.п.).
14. Проведение маркетинговых исследований в банках для повышения конкурентоспособности в условиях экономических санкций (на примере конкретного банка).
15. Разработка маркетинговой стратегии финансовой организации.
16. Разработка мультиканальной стратегии продаж финансовой организации.
17. Разработка системы KPI при внедрении CRM-систем в деятельность финансовой организации.
18. Разработка стратегии digital-маркетинга финансовой организации.
19. Разработка позиционирования бренда на рынке банковских услуг (на примере конкретного банка).

20. Совершенствование международной маркетинговой деятельности финансовой организации в условиях экономических санкций (на примере конкретной страховой организации, банка и т.п.).

21. Совершенствование модели обслуживания клиентов финансовой организации.

22. Совершенствование стратегического и тактического планирования маркетинга на рынке финансовых услуг (на примере конкретной страховой организации, банка и т.п.).

23. Совершенствование товарно-ассортиментной политики финансовой организации в условиях импортозамещения (на примере конкретной страховой организации, банка и т.п.).

24. Формирование экосистем вокруг потребностей клиентов финансовой организации.

25. Управление взаимоотношениями с клиентами и партнерами на рынке финансовых услуг.

26. Управление продуктовым портфелем финансовой организации в условиях экономических санкций (на примере конкретной страховой организации, банка и т.п.).

27. Управление маркетинговыми коммуникациями в финансовой организации (на примере конкретной страховой организации, банка и т.п.).

28. Управление маркетинговыми коммуникациями в банках с помощью информационных технологий (на примере конкретного банка).

29. Формирование стратегии банка с использованием интегрированных маркетинговых коммуникаций (на примере конкретного банка).

30. Формирование ценовой политики финансовой организации (на примере конкретной страховой организации, банка и т.

**Форма заявления на закрепление темы ВКР**

ФИНУНИВЕРСИТЕТ

Руководителю программы магистратуры

Кафедра «Логистика и маркетинг»

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

**СОГЛАСЕН**

\_\_\_\_\_  
(Фамилия И.О. обучающегося)

\_\_\_\_\_  
(дата)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(наименование факультета)

\_\_\_\_\_  
(№ учебной группы)

Тел. обучающегося \_\_\_\_\_

E-mail обучающегося \_\_\_\_\_

**ЗАЯВЛЕНИЕ**

Прошу закрепить за мной тему ВКР

« \_\_\_\_\_ ».

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_  
(подпись обучающегося)

Согласовано:

Руководитель ВКР

\_\_\_\_\_  
(подпись)      \_\_\_\_\_  
(И.О. Фамилия)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Задание на выпускную квалификационную работу**

ФИНУНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

Кафедра «Логистика и маркетинг»

Руководитель выпускной  
квалификационной работы

\_\_\_\_\_ (должность)

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (И.О. Фамилия)

« \_\_\_\_ »

\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ЗАДАНИЕ**

**на выпускную квалификационную работу**

обучающемуся \_\_\_\_\_

(фамилия, имя, отчество)

Тема выпускной квалификационной работы

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

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

Основные вопросы, подлежащие разработке (исследованию):

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

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

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

Основная литература указывается в Приложении к заданию

Срок предоставления законченной работы \_\_\_\_\_

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

Задание получил: \_\_\_\_\_

(подпись, фамилия И.О. студента)

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

**Форма отзыва научного руководителя ВКР**

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

**ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ**  
**о работе обучающегося в период подготовки**  
**ВКР по программе магистратуры**

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

Факультет \_\_\_\_\_  
Департамент менеджмента  
Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»  
Магистерская программа \_\_\_\_\_  
Наименование темы \_\_\_\_\_

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

\_\_\_\_\_ (ученое звание, ученая степень)

1. Актуальность темы, полнота обзора отечественной и зарубежной научной литературы по теме исследования:

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

2. Оценка законченности и полноты проведенного исследования, достоверности полученных результатов, их соответствие поставленным целям и задачам:

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

3. Характеристика использования в работе современных методов научных исследований, математического и статистического инструментария, моделирования, расчетов, пакетов специальных прикладных программ, баз данных и т.п.:

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

4. Степень самостоятельности (доля (%) заимствований в ВКР и корректность оформления заимствованного текста):

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

5. Оригинальность идей и практическая значимость полученных результатов (наличие научных выводов, теоретический и практический вклад автора в решение проблемной ситуации): \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

6. Апробация основных положений и результатов работы, в т.ч. подготовка научных публикаций по теме исследования, участие с докладом в научной/научно-практической конференции, наличие справки о внедрении, участии студента в грантах, Госзадании и проч): \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

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

8. Недостатки в работе обучающегося в период подготовки ВКР:  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

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

(ФИО руководителя, полностью)

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