

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

Кафедра: Экономика и управление на транспорте

**АННОТИРОВАННАЯ ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ
ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Направление подготовки:	38.04.02 Менеджмент
Магистерская программа:	Управление корпорациями, маркетинг и форсайт
Квалификация выпускника:	Магистр
Форма обучения:	Очно-заочная
Год начала обучения:	2020

1. Состав государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент в соответствии с решением Ученого совета университета включает в себя:

Государственная итоговая аттестация по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистратура), направленность (магистерская программа) «Управление корпорациями, маркетинг и форсайт» в соответствии с п.26 раздела IV СУОС ВО РУТ (МИИТ) и решением Ученого совета университета включает в себя:
-выполнение и защиту выпускной квалификационной работы - в форме магистерской диссертации.

Целью Государственной итоговой аттестации (БЗ) является установление степени готовности обучающегося к самостоятельной профессиональной деятельности, сформированности универсальных, общепрофессиональных, профессиональных, рекомендуемых профессиональных и профессиональных компетенций специализации выпускников в соответствии с СУОС ВО РУТ (МИИТ) по направлению 38.04.02 «Менеджмент», учебным планом направленности (магистерской программы) «Управление корпорациями, маркетинг и форсайт».

Государственная итоговая аттестация проводится в 5 семестре, объем 15 ЗЕТ/540 академических часов.

2. Примерный перечень тем выпускных квалификационных работ

1. Проблемы, методы и пути повышения конкурентоспособности транспортных (логистических) услуг транспортных компаний.
2. Стратегии конкуренции и адаптации транспортно-логистического бизнеса (на конкретном примере).
3. Анализ систем корпоративного управления и рекомендации по их применению на железнодорожном транспорте.
4. Совершенствование системы корпоративного управления компании.
5. Экономические инструменты управления деятельностью транспортной компании.
6. Организационно-экономическое взаимодействие участников холдинговой структуры.
7. Проблемы, методы и пути повышения конкурентоспособности продукции на транспортном рынке.
8. Оценка конкурентоспособности транспортной компании.
9. Повышение эффективности управленческих решений (на примере конкретной транспортно-логистической компании).
10. Управление конкурентоспособностью перевозки грузов в международном сообщении.
11. Форсайт и интегрирование в логистических цепях
12. Логистический менеджмент в транспортной и транспортно-экспедиционной деятельности (по видам транспорта)
13. Ориентиры трансформации специализированного подвижного состава рынка транспортных услуг

14. Развитие инноваций на отечественном рынке железнодорожных услуг в долгосрочной перспективе
15. Процесс формирования нематериальных активов в транспортных компаниях в долгосрочной перспективе
16. Разработка конкурентной стратегии транспортной компании для захвата и удержания целевых сегментов рынка логистических услуг.
17. Анализ транспортного рынка и разработка маркетинговой стратегии транспортного предприятия.
18. Управление качеством транспортного обслуживания клиентов (грузовладельцев, пассажиров).
19. Маркетинговые исследования по формированию и стимулированию спроса на транспортные услуги железных дорог
20. Экономическая оценка работы и развития транспорта с учетом мультипликативного (внетранспортного) эффекта.
21. Исследование транспортной доступности региона, как важнейшего показателя качества и конкурентоспособности транспорта.
22. Маркетинговые исследования международного транспортного рынка и обоснование эффективных сфер использования различных видов транспорта.
23. Стратегия повышения качества транспортно-логистических услуг (на конкретном примере).
24. Экономические методы управления рисками стратегического развития ОАО «РЖД».
25. Разработка стратегии развития транспортно-логистической компании.
26. Разработка комплекса маркетинга деятельности транспортно-логистической компании.
27. Оценка эффективности маркетинговой и логистической деятельности компании
28. Методы продвижения транспортно-логистических услуг на зарубежный рынок.
29. Инвестиционная политика транспортной компании в области развития комплекса логистических услуг.
30. Стратегическая оценка стоимости транспортно-логистического бизнеса.
31. Экономическая оценка конъюнктуры транспортного рынка.
32. Инвестиционная политика транспортно-логистической компании в условиях изменяющейся конъюнктуры рынка.
33. Формирование системы сбалансированных показателей в транспортной компании.
34. Разработка стратегии создания конкурентных преимуществ транспортного предприятия.
35. Стратегия создания имиджа транспортной компании на рынке логистических услуг (программы работы с целевыми аудиториями клиентов).
36. Маркетинговый анализ деятельности организации.
37. Разработка стратегии маркетинга персонала организации
38. Построение организационной структуры управления транспортно-логистическим бизнесом (на примере конкретной компании).
39. Развитие программы осуществления организационных изменений в транспортно-логистическом бизнесе.

40. Маркетинговая стратегия транспортно-логистического бизнеса. Изменение стратегии под влиянием внешних и внутренних факторов.
41. Исследование операционных процессов компании и обоснование их оптимизации
42. Оценка эффективности транспортно–распределительной логистической сети (по выбранным регионам)
43. Методы планирования, прогнозирования и оптимизации логистических процессов в транспортной компании(канале/сети)
44. Формирование модели бюджетного управления в транспортно-логистических компаниях
45. Совершенствование систем планирования деятельности и управления компании.
46. Организация международных интермодальных перевозок.
47. Развитие транспортных услуг на основе контейнерных перевозок.
48. Формирование и внедрение интернет-рекламы в организации
49. Применение современных маркетинговых инструментов к анализу и оценке конкурентных преимуществ корпорации.
50. Маркетинговые методы продвижения транспортно-логистических услуг на международном рынке.
51. Разработка методических подходов к оценке конкурентных преимуществ транспортной корпорации на международном рынке.
52. Современные маркетинговые подходы к повышению эффективности системы управления транспортной корпорацией.
53. Подходы к решению проблем при реализации проектов государственно-частного партнёрства на транспорте в Российской Федерации.
54. Экономическая (сравнительная) оценка современных технологий перевозок грузов.
55. Оценка производственно-экономического потенциала организации
56. Оптимальное управление запасами материальных ресурсов с учетом прогноза потребности.
57. Оценка экономической эффективности применения маркетинговых инструментов на примере конкретной компании.
58. Совершенствование процессов обработки заказов грузоотправителей на железнодорожном транспорте.
59. Стратегия ценообразования транспортно-логистической компании в условиях меняющейся конъюнктуры рынка
60. Перспективы развития страховых услуг в транспортно-логистическом бизнесе.