

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: | 38.03.02 Менеджмент |
| Профиль: | Маркетинг и процессная аналитика |
| Квалификация выпускника: | Бакалавр |
| Форма обучения: | Очно-заочная |
| Год начала обучения: | 2020 |

1. Состав государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент в соответствии с решением Ученого совета университета включает в себя:

Государственная итоговая аттестация по направлению 38.03.02 «Менеджмент» для бакалавриата по профилю «Маркетинг и процессная аналитика» в соответствии с решением Ученого совета института включает в себя защиту выпускной квалификационной работы.

2. Примерный перечень тем выпускных квалификационных работ

Маркетинговая стратегия транспортной компании и маркетинг-микс. Изменение стратегии под влиянием рыночных факторов

Анализ транспортного рынка и разработка маркетинговой стратегии транспортной организации (на конкретном примере)

Разработка маркетинговой стратегии транспортной компании (на конкретном примере)

Стратегия создания имиджа транспортной корпорации на рынке (программа работы с целевыми аудиториями)

Маркетинговая концепция транспортной компании.

Проблемы, методы и пути повышения конкурентоспособности продукции транспортных корпораций на рынке

Методы продвижения транспортных услуг на зарубежный рынок

Оценка конкурентоспособности транспортной компании

Маркетинговый анализ рыночной позиции организации, специализирующегося на оказании транспортных услуг

Анализ и развитие конкурентных преимуществ транспортной компании

Разработка конкурентной стратегии транспортной компании для захвата и удержания целевых сегментов рынка

Формирование стратегий выхода транспортной компании на внешние рынки

Влияние факторов макросреды (экономических, демографических, политических, культурных, географических, научных, технологических) на рыночную позицию и перспективы развития организации

Стратегический менеджмент транспортной компании: финансовый аспект

Совершенствование финансового управления в транспортной корпорации: управление издержками

Стратегическая оценка стоимости (транспортного) бизнеса

Формирование финансово-экономической стратегии транспортной организации

Инвестиционная политика транспортной компании

Финансовые проблемы транспортной компании в условиях реструктуризации

Управление источниками финансирования транспортной компании

Методы оценки инвестиционного проекта (на примере конкретного проекта или бизнес-плана транспортной компании)

Государственное регулирование воспроизводственных процессов на

железнодорожном транспорте.

Диагностика финансово-хозяйственной деятельности транспортной компании

Комплексная оценка внутранспортного эффекта, получаемого потребителями железнодорожного транспорта.

Маркетинговые методы стимулирования сбыта транспортных услуг.

Методы прогнозирования грузовых перевозок.

Методы прогнозирования пассажирских перевозок.

Методы ценообразования на транспортном рынке.

Обоснование критериев эффективности работы транспорта с учетом ценности транспортных услуг потребителем.