

ПАМЯТКА

магистрантам кафедры экономики для подготовки диссертации

Тема диссертационной работы должна подразумевать исследование экономических и социально-экономических систем [*предприятий, отраслей, комплексов, экономик*], их генезиса, формирования и развития исключительно в управленческом аспекте [*т.е. не техническом, не технологическом!*].

Тема является концентрированным выражением предмета исследования. Тема выделяет главный вопрос, подлежащий разрешению в ходе исследования. Все части текста – введение, основная часть и заключение – подчиняются теме.

Название диссертации должно быть по возможности кратким и точно соответствовать ее содержанию. Следует избегать названий диссертации, начинающихся со слов «Исследование некоторых путей...», «Некоторые вопросы...», «К вопросу...» и т.д., в которых не отражается в должной мере суть рассматриваемой проблемы, завершенность работы, нет достаточно ясного определения ее цели и результатов.

Примеры формулировок тем магистерских работ

1. Механизм влияния маркетингового потенциала на устойчивое развитие промышленного предприятия
2. Повышение качества бизнес-процессов предприятия на основе клиентоориентированного подхода в управлении
3. Проблемы и способы формирования ценовой политики в IT-индустрии
4. Экономические проблемы обеспечения эффективности международных маркетинговых взаимодействий
5. Состояние и тенденции развития электронного бизнеса в Беларуси
6. Методологические основы повышения качества управления инновационными проектами
7. Управление интернет-проектами в бизнесе
8. Использование технологий бенчмаркинга в сфере IT-услуг
9. Показатели эффективности управления маркетингом: анализ и методика оценки
10. Роль маркетинга в реализации программ модернизации предприятий Республики Беларусь в условиях конкуренции и ограниченности ресурсов
11. Методы прогнозирования в маркетинге и их роль в стратегическом планировании

12. Разработка маркетинговой стратегии IT- компании в условиях конкурентного рынка
13. Формирование и развитие системы информационного обеспечения предпринимательской деятельности в сфере услуг
14. Инфраструктурное (организационное) обеспечение маркетинговой деятельности в современной экономике
15. Маркетинговый аудит и его роль в практике современных организаций
16. Исследование особенностей покупательского поведения потребителей на рынке B2B
17. Особенности управления маркетинговой деятельности на основе CRM технологий
18. Формирование программ лояльности на основе CRM-технологий
19. Синергизм коммуникационного инструментария в маркетинге
20. Стратегии взаимодействия с ключевыми клиентами компании и их роль в повышении эффективности бизнеса
21. Интернет-маркетинг в деятельности некоммерческих организации и его особенности
22. Маркетинговые коммуникации на базе современных интернет-технологий в B2B сфере
23. Корпоративный форсайт и его роль в повышении инновационного потенциала организации
24. Разработка и совершенствование технологий продвижения продукции на основе ивент-маркетинга
25. Маркетинг и его роль в формировании партнерских отношений государства и бизнеса (частно-государственное партнерство)
26. Аутсорсинг как инструмент обеспечения конкурентоспособности предпринимательской деятельности в сфере высокотехнологичных услуг
27. Веб-аналитика и ключевые показатели эффективности интернет-маркетинга (интернет проектов, ...продающих сайтов?)
28. Социальные медиа и онлайн-вовлеченность потенциальных клиентов в интернет-маркетинге
29. Продвижение компании с использованием цифровых каналов

Некоторые современные направления для выбора тем диссертационных работ по маркетингу как основному направлению кафедры:

1. Нейромаркетинг
2. Вирусный маркетинг
3. QR-коды в маркетинге
4. Сервизация
5. Мобильный маркетинг
6. Маркетинг лояльности
7. CRM-системы

8. Дополненная реальность (augmented reality) как инструмент маркетинга
9. Маркетинговая разведка: системы и инструменты
10. Мониторинг социальных медиа и управление онлайн-репутацией (online reputation management)
11. Оценка бренда
12. Юзабилити
13. Прототипирование продукта
14. Эмоциональный дизайн
15. Маркетинг некоммерческих организаций
16. Краудфандинг
17. Модели монетизации онлайн-бизнеса
18. Сторителлинг
19. Точки контакта
20. Активные продажи
21. Скрытый маркетинг
22. Стратегия планируемого устаревания продукта
23. Ко-маркетинг, или совместный маркетинг
24. Кулхантинг
25. Современные технологии в маркетинге: например, bluetooth-маркетинг, нейронные сети, использование RFID и т.п.
26. Шокирующая реклама, или shockvertising
27. Маркетинг на основе баз данных
28. Математические модели в маркетинге

Исследование – деятельность *целенаправленная*. Поэтому **цель** – необходимый элемент структуры исследования. В логическом плане процесс диссертационного исследования можно представить как *отыскание исчерпывающего ответа на вопрос, фиксирующий цель исследования*.

Объектом исследования должны выступать экономические и социально-экономические системы различного масштаба, уровня, сфер действия, форм собственности [*предприятия, отрасли, комплексы, экономики*].

Предметом исследования должны быть экономические и управленческие отношения, возникающие в процессе формирования, развития (стабилизации) и разрушения экономических и социально-экономических систем.

Основное *содержательное отличие предмета исследования от объекта* состоит в том, что в предмет включаются лишь главные, наиболее существенные (с точки зрения данного исследования) признаки объекта.

Результаты диссертационного исследования формулируются в виде 3-5 положений, выносимых на защиту. Формулировки результатов должны быть лаконичными, конкретными и, как правило, сводится к следующим вариантам:

- теоретические, методологические и методические положения (концепция, модель, методика и т.п.);
- методы и способы управления экономическими и социально-экономическими системами;
- институциональные и инфраструктурные аспекты развития этих систем.

Предложенные магистрантом решения должны быть аргументированы, критически оценены, определена их научная и практическая значимость, *экономическая и (или) социальная ценность* в сравнении с известными решениями в исследуемой области.

В течение срока обучения магистрант обязан сделать 2 публикации и выступить на 2 конференциях по теме своего исследования.

В диссертации обязательно должны использоваться экономико-математические методы и модели (например, построение регрессионного уравнения). Данные методы изучаются по дисциплине «Эконометрика» (продвинутый уровень). Проходя этот предмет, пожалуйста, с самого начала озадачьте себя и, возможно, лектора вопросом использования конкретных методов в рамках Вашей диссертации.

Минимальный объем диссертации (без приложений) – 70 страниц.

Минимальное количество литературных источников, на которые есть ссылки в тексте диссертации, – 40.

При написании магистерской диссертации **в обязательном порядке следует изучить и руководствоваться законодательной и нормативно-правовой базой, непосредственно связанной с выбранной темой:**

- Законы РБ,
- Указы Президента РБ,
- Государственные программы,
- основные Руководящие Материалы (РМ) Министерств и ведомств,
- Отраслевые стандарты,
- отчетность Национального статистического комитета Республики Беларусь и др.

Некоторые рекомендуемые законодательные акты по темам исследования

Инвестиции в реальное производство и инвестиционные проекты организаций РБ

- Закон Республики Беларусь «Об инвестициях» от 12.07.2013
- Инвестиционный Кодекс РБ
- Государственная Программа социально-экономического развития на 2010-2015гг
- Государственная Программа инновационного развития на 2010-2015гг
- Закон РБ “Об инвестициях” от 12 июля 2013 г.
- Закон РБ “О поддержке малого и среднего предпринимательства” от 1 июля 2013г.

Логистика и логистическое управление РБ

- Государственная Программа социально-экономического развития на 2010-2015гг
- Программа развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года (с изменениями).

Реклама и рекламная деятельность

- Гражданский Кодекс Республики Беларусь
- Закон РБ "О рекламе" от 10 июля 2013г.
- Закон РБ "О торговле " и др.

Диссертация должна включать три главы, введение, заключение, список литературных источников и, при необходимости, приложения.

Рекомендуемая структура и содержание глав приведены ниже.

Рекомендуемая структура диссертации

(В квадратных скобках приводятся не названия разделов, а их содержательное наполнение!)

Введение

- *Обоснование актуальности выбранной темы*
- *Постановка цели и конкретных задач исследования*
- *Определение объекта исследования и предмета исследования*
- *Выбор метода(ов) и методики(к) проведения исследования*

1. [Теоретико-методические основы рассматриваемой проблемы = анализ литературы и передового опыта в мире]

2. [Анализ состояния и опыта решения рассматриваемой проблемы в Республике Беларусь]

3. [Предлагаемые пути решения рассматриваемой проблемы в Республике Беларусь]

– *результаты апробации предлагаемых решений на примере конкретных предприятий (организаций) РБ*

Заключение

– *Обсуждение результатов исследования*

– *Формулирование выводов и оценка полученных результатов*

– *Рекомендации по использованию результатов исследования на практике и/или в учебном процессе кафедры*

Список использованных источников

(не менее 40 источников!)

Приложения

– *акты (справки) о внедрение диссертационных результатов*

Требования к оформлению диссертации следует смотреть в ПОЛОЖЕНИИ о диссертации на соискание степени магистра (утв. ректором БГУИР 10 июня 2014 года), размещенном на веб-страницах отдела магистратуры.

Промежуточные итоги диссертационного исследования докладываются на заседании кафедры в конце каждого семестра (тезисы доклада и прочие документы должны быть представлены на кафедру не позднее 5 дней до заседания кафедры).

Практика магистрантов (в соответствии с учебным планом специальности для очников – во 2-м семестре, для заочников – в 3-м семестре) подразумевает разработку учебного макета и проведение практического занятия – тренинга студентов (по учебному графику преподавателя/консультанта).

Конкретное задание будет обсуждаться с руководителем практики от кафедры – Архиповой Ларисой Ивановной (l.arkhipova@gmail.com).