

Об утверждении тем и руководителей выпускных квалификационных работ студентов основной профессиональной образовательной программы высшего образования — программы магистратуры «Маркетинг» факультета менеджмента НИУ ВШЭ — Нижний Новгород

ПРИКАЗЫВАЮ:

- 1. Утвердить темы выпускных квалификационных работ студентов 2 курса основной профессиональной образовательной программы высшего образования программы магистратуры «Маркетинг», направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, факультета менеджмента НИУ ВШЭ Нижний Новгород, очной формы обучения (приложение).
- 2. Назначить руководителей по подготовке выпускных квалификационных работ студентов согласно приложению.
- 3. Установить предварительный срок представления итогового варианта выпускной квалификационной работы до 22.05.2024.

Директор А.А. Бляхман

| Приложение |
|---------------------|
| к приказу НИУ ВШЭ – |
| Нижний Новгород |
| от № |

Список студентов 2 курса основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы магистратуры «Маркетинг»

| № | Ф.И.О. | Тема выпускной | Тема выпускной | Руководитель |
|-----|--|------------------------------|-----------------------|----------------------------|
| п/п | студента | квалификационной | квалификационной | выпускной |
| | | работы на русском | работы на | квалификационной |
| | | языке | английском языке | работы |
| 1 | | | | Безрукова Н.А., |
| | | | | приглашенный |
| | | | | специалист кафедры |
| | | | | маркетинга |
| | | | | факультета |
| | Горбачева | Разработка | | менеджмента НИУ |
| | Арина | маркетинговой | Development of a | ВШЭ – Нижний |
| | Андреевна | стартегии | Marketing Strategy | Новгород |
| 2 | | | | Фоменков Д.А., |
| | | | | к.э.н., доцент |
| | | | | кафедры маркетинга |
| | - | | | факультета |
| | Демкова | | | менеджмента НИУ |
| | Елизавета | Продуктовые | D 1 (D 1 | ВШЭ – Нижний |
| 2 | Владимировна | исследования | Product Research | Новгород |
| 3 | | | | Александровский |
| | | | | С.В., к.э.н., доцент |
| | | | | кафедры маркетинга |
| | Казакова | Продудстород | | факультета менеджмента НИУ |
| | Казакова Ольга | Продуктовая | Product Analytics and | ВШЭ – Нижний |
| | Михайловна — — — — — — — — — — — — — — — — — — — | аналитика и принятие решений | Decision Making | Новгород |
| 4 | Михаиловна | решении | Decision waxing | Артемьева М.В., |
| - | | | | к.э.н., доцент |
| | | | | кафедры маркетинга |
| | Крайнова | | | факультета |
| | Арина | Оценка | Promotional | менеджмента НИУ |
| | Александровн | эффективности | Effectiveness | ВШЭ – Нижний |
| | a | продвижения | Measuring | Новгород |
| 5 | | | | Артюшина Е.В., |
| | | | | к.э.н., доцент |
| | | | | кафедры маркетинга |
| | | Особенности | | факультета |
| | Куликова | потребительского | Features of Consumer | менеджмента НИУ |
| | Екатерина | поведения поколения | Behavior of | ВШЭ – Нижний |
| | Сергеевна | Z | Generation Z | Новгород |

| 6 | | | | Артюшина Е.В., |
|----------|--------------|---------------------|-------------------------|------------------------------------|
| | | | | к.э.н., доцент |
| | | Как китайские | | кафедры маркетинга |
| | | абитуриенты | How Chinese | факультета |
| | | оценивают | Applicants Rate | менеджмента НИУ |
| | | российские вузы для | Russian Universities | ВШЭ – Нижний |
| | Ma Xao - | поступления | for Admission | Новгород |
| 7 | | , | | Ершов Д. Е., к.э.н., |
| | | | | приглашенный |
| | | Поиск оптимальных | | специалист кафедры |
| | | методов | | маркетинга |
| | | предсказания выбора | Forecasting Customer | факультета |
| | Мурзакова | личности по | Decisions, Based on | менеджмента НИУ |
| | Виктория | цифровому следу в | Digital Footprint in | ВШЭ – Нижний |
| | Сергеевна | социальных сетях | SM | Новгород |
| 8 | | | | Александровский |
| | | Как российские | | С.В., к.э.н., доцент |
| | | маркетологи | | кафедры маркетинга |
| | | пользуются | How Russian | факультета |
| | Рабин | инструментами | Marketers use | менеджмента НИУ |
| | Александр | искусственного | Artificial Intelligence | ВШЭ – Нижний |
| | Максимович | интеллекта | Tools | Новгород |
| 9 | | | | Александровский |
| | | Оценка | | С.В., к.э.н., доцент |
| | | эффективности | | кафедры маркетинга |
| | | рекламных | Performance of | факультета |
| | Семенова | инструментов на | Advertising Tools on | менеджмента НИУ |
| | Дарья | российских | Russian Online | ВШЭ – Нижний |
| 1.0 | Сергеевна | маркетплейсах | Marketplaces | Новгород |
| 10 | | | | Артюшина Е.В., |
| | | | | к.э.н., доцент |
| | | | | кафедры маркетинга |
| | C | D | D1 (C | факультета |
| | Сироткина | Развитие личного | Development of a | менеджмента НИУ |
| | Дарья | бренда на рынке Ed- | Personal Brand in the | ВШЭ – Нижний |
| 11 | Владимировна | Tech | Ed-Tech Market | Новгород Безрукова Н.А., |
| 11 | | | | 1 7 |
| | | | | приглашенный специалист кафедры |
| | | Вывод на рынок | Market Launch of a | маркетинга |
| | | нового продукта в | New Product in a | факультета |
| | Соколова | другом ценовом | Different Price | менеджмента НИУ |
| | Полина | сегменте в рамках | Segment within an | ВШЭ – Нижний |
| | Валерьевна | зонтичного бренда. | Umbrella Brand | Новгород |
| 12 | Zariepheblia | зэни шого оронда. | Cinciona Diana | Артемьева М.В., |
| 12 | Тимонин | | | к.э.н., доцент |
| | Денис | | | кафедры маркетинга |
| | Владимирови | Оптимизация затрат | Promotional Cost | факультета |
| | Ч | на продвижение | Optimization | менеджмента НИУ |
| <u> </u> | l | | 1 - F | |

| | | | | ВШЭ – Нижний |
|----|--------------|----------------------|------------------------|-----------------------|
| | | | | Новгород |
| 13 | | | | Александровский |
| 13 | | | | - |
| | | | | С.В., к.э.н., доцент |
| | | | | кафедры маркетинга |
| | *** | Отношение | | факультета |
| | Уколкина | российских | Attitudes of Russian | менеджмента НИУ |
| | Мария | пользователей к | Customers Toward | ВШЭ – Нижний |
| | Сергеевна | ресейлу | Reselling | Новгород |
| 14 | | | | Фоменков Д.А., |
| | | | | к.э.н., доцент |
| | | Создание | | кафедры маркетинга |
| | | маркетинговой | Development of | факультета |
| | | стратегии для бренда | Marketing Strategy for | менеджмента НИУ |
| | Учаева Мария | работодателя Kept в | the Employer Brand | ВШЭ – Нижний |
| | Сергеевна | России | Kept in Russia | Новгород |
| 15 | | | | Артюшина Е.В., |
| | | | | к.э.н., доцент |
| | | Взаимодействие | | кафедры маркетинга |
| | Цой- | «потребитель - | Consumer-brand | факультета |
| | Фельдбуш | бренд» в цифровом | Interaction in the | менеджмента НИУ |
| | Ольга | пространстве в | Digital Space in the | ВШЭ – Нижний |
| | Игоревна | бьюти-индустрии | Beauty Industry | Новгород |
| 16 | 1 | 1 | , | Шушкин М.А., д.э.н., |
| | | | | профессор кафедры |
| | | | | маркетинга |
| | | | | факультета |
| | Чагай Сергей | Как репутация | How Does Director's | менеджмента НИУ |
| | Александрови | директора влияет на | Reputation Affect the | ВШЭ – Нижний |
| | Ч | бренд | Brand | Новгород |
| 17 | | 1 | | Усманов М.Р., к.т.н., |
| 1 | | Разработка стратегии | | доцент кафедры |
| | | продвижения | Development of the | венчурного |
| | | Научно- | Promotion Strategy of | менеджмента |
| | | образовательного | the Research and | факультета |
| | Шилимина- | центра | Education Center of | менеджмента НИУ |
| | Штоль Нина | Нижегородской | the Nizhny Novgorod | ВШЭ – Нижний |
| | Геннадьевна | области | Region | Новгород |
| | 1 сппадьсвна | ооласти | Region | ттоы ород |