

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры менеджмента
Протокол №3 от 06 ноября 2025 г.

ТЕМАТИКА ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ
для выпускников 2026 года

факультет экономический
направление 38.03.02 (580200) Менеджмент
профиль «Управление маркетингом»

1. Разработка и обоснование системы маркетингового аудита на предприятии.
2. Разработка и обоснование системы маркетингового контроля на предприятии.
3. Обоснование стратегии франчайзинга в деятельности предприятия.
4. Разработка и реализация коммуникаций культурного взаимодействия предприятия на международном рынке.
5. Разработка и обоснование программы международного маркетинга на предприятии.
6. Разработка и обоснование антикризисной маркетинговой стратегии предприятия.
7. Оценка емкости рынка потребительских товаров/услуг предприятия.
8. Оценка социально-правовых аспектов маркетинговой деятельности предприятия на международном рынке.
9. Разработка и реализация сетевого маркетинга на рынке товаров/услуг.
10. Управление экспортным потенциалом международной компании.
11. Внедрение и адаптация стратегии проникновения предприятия на международном рынке.
12. Управление продвижением продукции предприятия на внешних рынках.
13. Формирование каналов продаж продукции (услуг) предприятия.
14. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж на предприятии.
15. Формирование поведенческого маркетинга на предприятии.
16. Разработка маркетинговой стратегии стартапа.
17. Маркетинговое обеспечение бизнес-планирования на предприятии.
18. Маркетинговое исследование влияния культурного кода на восприятие бренда предприятия.
19. Разработка и реализация SMM-стратегии предприятия.
20. Исследование влияния визуального контента на эффективность продвижения предприятия в социальных сетях.
21. Разработка стратегии медиапланирования для предприятия.
22. Разработка кросс-культурной маркетинговой стратегии предприятия.
23. Исследование кросс-культурного поведения потребителей предприятия.
24. Формирование и развитие PR-стратегии предприятия.
25. Использование инфлюенс-маркетинга в продвижении бренда предприятия.
26. Внедрение современных форм социальной коммуникации в маркетинговую деятельность предприятия.
27. Разработка и реализация стратегии контент-маркетинга для предприятия.
28. Управление репутационным капиталом предприятия.

29. Разработка и обоснование стратегии позиционирования бренда предприятия.
30. Анализ и оценка использования инструментов диджитал-маркетинга на предприятии.
31. Организация исследования лояльности потребителей продукции на предприятии.
32. Разработка программы стимулирования сбыта на предприятии.
33. Анализ и оценка конкурентной среды предприятия в диджитал-пространстве.
34. Анализ и оптимизация ассортиментной политики предприятия.
35. Разработка и внедрение CRM-системы на предприятии.
36. Анализ и оценка эффективности затрат предприятия на маркетинговую деятельность предприятия.
37. Управление рисками в маркетинговой деятельности предприятия.
38. Исследование эффективности использования социальных сетей для продвижения товаров (услуг) предприятия.
39. Исследование влияния таргетированной рекламы предприятия на потребительское поведение.
40. Разработка омниканальной маркетинговой стратегии для предприятий малого бизнеса.
41. Разработка стратегии продвижения товаров на маркетплейсах.
42. Разработка маркетинговой стратегии приёмной кампании университета.
43. Разработка и обоснование конкурентной стратегии предприятия.
44. Исследование и оценка конкурентных преимуществ предприятия.
45. Формирование маркетинговой стратегии предприятия на основе принципов ESG.
46. Разработка инструментов маркетинг-микс для товаров с негативными внешними эффектами.
47. Организация маркетингового исследования удовлетворенности потребителей продукции предприятия.
48. Формирование стратегии предприятия на стадии «зрелого маркетинга».

Зав. выпускающей кафедрой менеджмента: к.э.н., доцент



О.Г. Романович