

**УТВЕРЖДЕНО**

на заседании кафедры менеджмента

Протокол №3 от 31 октября 2024 г.

**ТЕМАТИКА ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ**

**для выпускников 2025 года**

**факультет экономический  
направление 38.03.02 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. Оценка влияния международных организаций на деятельность предприятия.
5. Разработка и реализация коммуникаций культурного взаимодействия предприятия на международном рынке.
6. Разработка и обоснование программы международного маркетинга на предприятии.
7. Управление процессом формирования репутационного капитала предприятия.
8. Формирование и развитие вербальной и визуальной идентификации бренда предприятия.
9. Разработка и обоснование антикризисной маркетинговой стратегии предприятия.
10. Оценка емкости рынка потребительских товаров/услуг.
11. Оценка социально-правовых аспектов маркетинговой деятельности предприятия на международном рынке.
12. Разработка и реализация сетевого маркетинга на рынке товаров/услуг.
13. Оценка влияния внедрения системы менеджмента качества на деятельность предприятия.
14. Организация маркетинговых исследований в системе менеджмента качества предприятия.
15. Формирование и реализация программы лояльности потребителей предприятия.
16. Управление экспортным потенциалом международной компании.
17. Внедрение и адаптация стратегии проникновения на международном рынке.
18. Управление продвижением продукции на внешних рынках.
19. Формирование системы управления удовлетворенностью в сфере услуг.
20. Формирование и внедрение внутреннего бенчмаркинга на предприятии.
21. Организация маркетинговых исследований на предприятии.
22. Разработка программы исследования потребительских предпочтений.
23. Разработка стратегии продвижения бренда в диджитал-пространстве.
24. Использование инструментов диджитал-маркетинга для повышения эффективности рекламных кампаний.
25. Оптимизация сайта как инструмент повышения конверсии продаж.
26. Формирование каналов продаж продукции (услуг) предприятия.
27. Разработка системы мотивации сотрудников отдела продаж на предприятии.
28. Управление отделом продаж на предприятии.
29. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж на предприятии.
30. Формирование поведенческого маркетинга на предприятии.
31. Управление процессом формирования потребностей потенциальных потребителей продукции предприятия.
32. Разработка маркетинговой стратегии стартапа.

33. Разработка бизнес-плана вывода на рынок новой услуги (нового товара).
34. Маркетинговое обеспечение бизнес-планирования на предприятии.
35. Разработка стратегии управления капиталом бренда предприятия.
36. Исследование потребительского поведения в деятельности предприятия.
37. Маркетинговое исследование влияния культурного кода на восприятие бренда предприятия.
38. Оценка эффективности рекламной кампании предприятия.
39. Разработка и реализация СММ-стратегии предприятия.
40. Оценка эффективности таргетированной рекламы предприятия.
41. Исследование влияния визуального контента на эффективность продвижения в социальных сетях.
42. Разработка стратегии медиапланирования для предприятия.
43. Разработка и оптимизация медиаплана рекламной кампании.
44. Разработка кросс-культурной маркетинговой стратегии.
45. Исследование кросс-культурного поведения потребителей.
46. Формирование и развитие PR-стратегии предприятия.
47. Разработка и реализация мероприятий событийного маркетинга в деятельности предприятия.
48. Разработка и развитие системы дистрибуции продукции предприятия.
49. Анализ и оценка восприятия бренда предприятия потребителями.
50. Использование маркетинга впечатлений в продвижении бренда предприятия.
51. Использование инфлюенс-маркетинга в продвижении бренда предприятия.
52. Анализ и диагностика конкурентного окружения предприятия.
53. Внедрение современных форм цифровой коммуникации в маркетинговую деятельность предприятия.
54. Внедрение современных форм социальной коммуникации в маркетинговую деятельность предприятия.
55. Разработка и обоснование репутационной стратегии предприятия.
56. Разработка и реализация стратегии контент-маркетинга для предприятия.
57. Использование технологий искусственного интеллекта в продвижении товаров/услуг предприятия.
58. Разработка и развитие фирменного стиля предприятия.

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



Романович О.Г.