

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры менеджмента

Протокол №3 от 4 ноября 2021 года

ТЕМАТИКА ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ

для выпускников 2022 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. Формирование и оценка эффективности использования маркетингового бюджета предприятия.
6. Разработка системы управления удовлетворенностью потребителей на предприятии.
7. Разработка и обоснование системы управления маркетинговой информацией на предприятии.
8. Разработка и реализация коммуникаций культурного взаимодействия предприятия на международном рынке.
9. Разработка и обоснование программы международного маркетинга на предприятии.
10. Оценка конкурентоспособности компании на рынке.
11. Формирование и реализация ценовой политики предприятия.
12. Разработка стратегии оптимизации портфеля брендов предприятия.
13. Разработка и оптимизация медиаплана рекламной кампании.
14. Формирование и развитие личного бренда руководителя предприятия.
15. Управление процессом формирования репутационного капитала предприятия.
16. Оценка показателей вербальной и визуальной идентификации бренда предприятия.
17. Анализ и оценка архитектуры брендов предприятия.
18. Разработка и обоснование антикризисной маркетинговой стратегии предприятия.
19. Разработка и реализация стратегии личных продаж на предприятии.

20. Разработка стратегии и тактики продвижения предприятия.
21. Разработка стратегии сегментирования рынка потребительских товаров/услуг.
22. Разработка и реализация мероприятий событийного маркетинга в деятельности предприятия.
23. Формирование и развитие бихевиористского маркетинга на предприятии.
24. Оценка емкости рынка потребительских товаров/услуг.
25. Формирование маркетинговой стратегии по этапам жизненного цикла товара/ предприятия.
26. Управление процессом формирования ассортиментной политики предприятия.
27. Разработка и реализация программы маркетинговых исследований на предприятии.
28. Оценка социально-правовых аспектов маркетинговой деятельности компании на международном рынке.
29. Организация исследования потребительских предпочтений на рынке товаров/услуг.
30. Разработка и реализация стратегии рекламной деятельности предприятия.
31. Формирование и развитие PR-стратегии предприятия.
32. Формирование и развитие системы сбыта на предприятии
33. Управление процессами формирования деловой репутации предприятия.
34. Управление внедрением нового вида продукции на предприятии.
35. Организация управления сервисной политикой предприятия.
36. Организация и управление маркетинговой деятельностью предприятия.
37. Разработка и реализация сетевого маркетинга на рынке услуг / товаров.
38. Выбор и обоснование стратегии ценообразования в международной деятельности компании.
39. Оценка и пути повышения эффективности маркетинговых исследований в организации.
40. Управление процессом формирования потребительской удовлетворенности.

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



Романович О.Г.