

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры менеджмента
Протокол №4 от 9 ноября 2023 года

**ТЕМАТИКА ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ
для выпускников 2024 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 услуг / товаров.
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. Разработка и реализация бренд-стратегий предприятия.
17. Управление экспортным потенциалом международной компании.
18. Внедрение и адаптация стратегии проникновения на международном рынке.
19. Управление продвижением продукции на внешних рынках.
20. Использование технологий цифрового маркетинга в продвижении товаров/услуг предприятия.
21. Разработка стратегии маркетинга взаимоотношений на предприятии.
22. Изучение влияния рекламы на покупательское поведение.
23. Формирование системы управления удовлетворенностью в сфере услуг.
24. Управление рекламной деятельностью на предприятии.
25. Формирование и внедрение внутреннего бенчмаркинга на предприятии.
26. Разработка и реализация таргетированной рекламы на предприятии.
27. Анализ внутренней среды предприятия на основе модели «7 С (7S)».
28. Формирование и развитие конкурентных преимуществ предприятия.
29. Формирование и реализация «зеленой» маркетинговой стратегии предприятия.
30. Управление брендом предприятия.
31. Организация маркетинговых исследований на предприятии.

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



Романович О.Г.