Приложение 2

**Примерные темы выпускных квалификационных работ по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль Маркетинг**

 **Управление маркетингом. Организация, стратегия, планирование**

1. Маркетинговое обоснование разработки бизнес-плана предприятия (на примере …)
2. Организация и управление рекламно-информационной деятельностью предприятия (на примере ...)
3. Организация маркетинговой службы на предприятии (на примере …)
4. Разработка инструментария по формированию маркетинговой стратегии (на примере …)
5. Организация рекламной кампании фирмы (на примере …)
6. Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия (на примере …)
7. Планирование и осуществление аудита маркетинга в организации (на примере …)
8. Пути совершенствования маркетинговой деятельности фирмы (на примере ...)
9. Разработка бюджета маркетинга в организации (на примере …)
10. Разработка плана маркетинга предприятия (на примере …)
11. Развитие конкурентных преимуществ банка (на примере…).
12. Реструктуризация бизнеса на основе концепции маркетинга (на примере …)
13. Финансовое обоснование маркетинговых решений (на примере …)
14. Формирование маркетинговой стратегии организации (на примере …)
15. Анализ восприятия бренда на рынке …. (на примере).
16. Анализ и прогноз развития товарного рынка в системе маркетинга компании (на примере).
17. Анализ маркетинговых возможностей компании при осуществлении сбытовой политики (на примере).
18. Совершенствование комплекса маркетинга рекламного агентства
19. Анализ потребительских предпочтений в целях совершенствования маркетинговой политики предприятия (на примере).
20. Исследование ключевых факторов успеха и формирование конкурентных преимуществ компании (на примере …)
21. Аналитический подход к разработке стратегий развития торговых марок (на примере).
22. Разработка элементов бренда на основе аналитического подхода (на примере).
23. Аналитический подход к сегментированию рынка как основа стратегического планирования маркетинга (на примере).
24. Интеграция процессов управления маркетинговой деятельностью с помощью маркетинговой информационной системы (на примере).
25. Использование методов моделирования и прогнозирования в изучении поведенческих реакций потребителей (на примере).

**Конкурентная позиция**

1. Исследование конкурентоспособности продукции предприятий (на примере …)
2. Повышение конкурентоспособности продукции (на примере ...)
3. Организация взаимодействия с конкурентами при разработке и реализации продукции (на примере …)
4. Планирование и реализация антиконкурентных действий (на примере …)
5. Пути и методы повышения конкурентоспособности продукции (на примере...)
6. Разработка системы методов и форм ценовой (неценовой) конкуренции (на примере …)
7. Формирование стратегии и тактики конкуренции (на примере …)
8. Повышение конкурентоспособности предприятия (на примере …)

**Товарная политика**

1. Разработка товарной политики предприятия (на примере …)
2. Разработка и вывод на рынок новой продукции (на примере …)
3. Планирование решений в области товарного ассортимента (на примере …)
4. Комплекс маркетинга на различных этапах жизненного цикла товара (услуги) (на примере …)

**Каналы распределения**

1. Выбор организационных форм взаимодействия в каналах распределения продукции (на примере …)
2. Использование прямого маркетинга в организации (на примере …)
3. Исследование и выбор каналов распределения товаров (услуг) (на примере …)
4. Обоснование стратегий распределения товаров (услуг) (на примере …)
5. Оптимизация коммерческих логистических систем (на примере …)
6. Организация логистических процессов в торгово-закупочной сети (на примере …)
7. Организация логистических процессов в торгово-складской сети (на примере …)
8. Организация логистических процессов в транспортно-заготовительной сети розничной / оптовой торговли (на примере …)
9. Планирование оптового и розничного товарооборота (на примере …)
10. Повышение эффективности логистического сервиса коммерческих организаций (на примере …)
11. Разработка розничного комплекса торговой фирмы (на примере …)
12. Управление дистрибьюторской/филиальной сетью предприятия (на примере ....)
13. Управление конфликтами в каналах распределения продукции (на примере …)
14. Формирование и развитие сетей реализации продукции (на примере …)

**Ценовая политика**

1. Выбор стратегии ценообразования для новых товаров и услуг (на примере …)
2. Обоснование конкурентной ценовой стратегии предприятия (на примере …)
3. Разработка ценовой политики компании (на примере …)
4. Формирование прогрессивной системы ценообразования фирмы (на примере...)

**Продвижение товаров и услуг**

1. Исследование коммуникативных возможностей инструментов комплекса маркетинга (на примере …)
2. Методы организации и эффективность персональных (личных) продаж (на примере …)
3. Обоснование и выбор рекламной политики предприятия (на примере …)
4. Обоснование стратегии продвижения продукции на рынок (на примере …)
5. Обоснование, выбор форм и методов стимулирования продаж (сбыта) (на примере …)
6. Определение целей и выбор форм осуществления связей с общественностью и спонсорства (на примере …)
7. Организация взаимодействия предприятия и рекламного агентства (на примере …)
8. Организация выставочной, презентационной деятельности предприятия и оценка их эффективности (на примере …)
9. Организация и анализ форм продвижения продукции компании посредством *Internet* (на примере …)
10. Оценка экономической и коммуникативной эффективности рекламы (на примере …)
11. Разработка политики продвижения нового продукта на рынке (на примере ...)
12. Разработка системы стимулирования сбыта продукции (на примере …)
13. Разработка стратегии продвижения продукции на основе исследования конъюнктуры рынка (на примере …)

**Маркетинговые исследования**

1. Исследование предпочтений, лояльности и степени удовлетворенности потребителей (на примере …)
2. Консалтинговая деятельность в сфере маркетинга (на примере …)
3. Организация процесса маркетинговых исследований на предприятии (на примере …)
4. Принятие маркетинговых решений на основе анализа рыночной конъюнктуры (на примере …)
5. Проведение экспериментальных маркетинговых исследований и оценка их результатов (на примере …)
6. Прогнозирование спроса, структуры и объема продаж продукции (на примере …)
7. Разработка системы маркетинговой информации предприятия (на примере …)
8. Маркетинговое исследование ценовых предпочтений покупателей (на примере).
9. Маркетинговые исследования в системе управления ассортиментной политикой предприятия (на примере).
10. Маркетинговые исследования как основа разработки программы оценки качества обслуживания клиентов (на примере).
11. Маркетинговые исследования как основа разработки стратегического плана маркетинга в компании (на примере).
12. Особенности проведения маркетинговых исследований на рынке товаров (услуг) (на примере)
13. Применение аналитических инструментов в процессе совершенствования маркетинговой политики (на примере).
14. Применение аналитического программного обеспечения для повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятия (на примере).
15. Применение маркетинговых исследований в целях повышения эффективности … (на примере).

**Отраслевой маркетинг**

1. Маркетинговое обоснование кредитной политики банка (на примере …)
2. Маркетинговое обоснование системы электронной коммерции (на примере …)
3. Оптимизация маркетинговых коммуникаций в банке (на примере …)
4. Организация и планирование маркетинга информационных услуг (на примере …)
5. Организация интернет-маркетинга информационного продукта (на примере …)
6. Организация кооперации при проведении маркетинговых кампаний (на примере …)
7. Организация маркетинга инвестиционных товаров (на примере …)
8. Организация прямого маркетинга на промышленном рынке (на примере …)
9. Организация телемаркетинга продукции (на примере …)
10. Организация фирмы по оказанию маркетинговых услуг (на примере …)
11. Разработка комплекса маркетинга малого предприятия (на примере …)
12. Разработка маркетинговой программы интернет-магазина (на примере …)
13. Разработка маркетинговой стратегии выхода на внешние рынки (на примере …)
14. Реализация маркетинговой политики в индустрии сервиса (на примере …)
15. Создание компании по оказанию маркетинговых услуг (на примере …)
16. Управление продвижением продукции на внешних рынках (на примере …)
17. Управление филиальной сетью банка на основе стратегий маркетинга (на примере …)
18. Формирование программы маркетинга страховых услуг (на примере …)