

ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ
«АКАДЕМИЯ СОЦИАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор

проректор по учебной работе

О.А.Тимофеева

09 2016 г.



ТЕМАТИКА ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ

по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»,
профиль подготовки «Маркетинг»
на 2016-2017 учебный год

1. Применение методов анализа ассортимента в целях совершенствования товарной политики организации (на примере ...).
2. Анализ и прогноз развития товарного рынка как необходимое условие эффективной маркетинговой деятельности организации (на примере...).
3. Директ-маркетинг как основа продвижения товара (услуги) организации (на примере...).
4. Формирование имиджа организации на основе инструментов Public Relations (на примере...).
5. Использование методов моделирования и прогнозирования в изучении поведенческих реакций потребителей (на примере ...).
6. Применение концепции маркетинг-микс в практической деятельности организации (на примере ...).
7. Формирование лояльности потребителей как основы конкурентоспособности организации (на примере ...).
8. Маркетинг в сфере юридических услуг (на примере ...).
9. Маркетинг на потребительском рынке (на примере ...).
10. Маркетинг на рынке страховых услуг (на примере ...).
11. Маркетинг на рынке товаров промышленного назначения (на примере ...).
12. Маркетинг услуг в сферах отдыха и развлечений в России (на примере...).
13. Маркетинговое исследование ценовых предпочтений покупателей (на примере ...).

14. Место и роль концепции брендинга в вопросах эффективного продвижения товаров на рынок (на примере ...).
15. Методология осуществления ребрендинга в целях эффективного продвижения новых видов услуг на рынок (на примере ...).
16. Методология создания и поддержания ценности бренда путем применения комплекса маркетинговых коммуникаций (на примере ...).
17. Особенности проведения маркетинговых исследований на рынке товаров (услуг) (на примере ...).
18. Особенности разработки ценовой политики компаний различных отраслевых рынков (на примере ...).
19. Особенности управления брендом компаний различных отраслевых рынков (на примере ...).
20. Разработка программы оценки качества обслуживания клиентов (на примере ...).
21. Применение маркетинговых исследований в целях повышения эффективности деятельности организации (на примере ...).
22. Разработка программы продвижения нового продукта на рынок (на примере ...).
23. Разработка имиджа организации (на примере ...).
24. Разработка комплекса маркетинга организации (на примере ...).
25. Разработка маркетинговой коммуникационной стратегии организации (на примере ...).
26. Разработка маркетинговой стратегии организации (на примере ...).
27. Создание системы маркетинговых коммуникаций на основе btl-мероприятий (на примере ...).
28. Стратегическое планирование маркетинга в организации (на примере...).
29. Управление ассортиментной политикой организации (на примере ...).
30. Управление маркетинговой деятельностью на предприятии (на примере...).
31. Методы эффективного управления продажами (на примере товара, рынка).
32. Управление продвижением бренда организации (на примере ...).
33. Управление рекламной деятельностью в современных российских условиях (на примере ...).
34. Проблемы формирования спроса и стимулирования сбыта на товар (услугу) (на примере ...).
35. Планирование маркетинговой деятельности организации (на примере...).
36. Повышение конкурентоспособности организации (на примере...).
37. Прогнозирование спроса, структуры и объема продаж продукции в организации (на примере..).
38. Разработка и совершенствование методов формирования имиджа организации (на примере ...).
39. Разработка мероприятий по реализации прямого маркетинга (на примере ...).

40. Разработка комплекса маркетинга малого предприятия (на примере...).
41. Разработка маркетинговой стратегии новой услуги (на примере...).
42. Разработка маркетинговой стратегии организации (на примере...).
43. Разработка медиаплана рекламной кампании (на примере...).
44. Разработка плана проведения мероприятий по маркетингу в организации (на примере..).
45. Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации (на примере ...).
46. Разработка стратегии позиционирования товара (на примере...).
47. Разработка стратегии позиционирования услуги (продукта) на рынке (на примере..).
48. Разработка стратегии предложения услуги / продукта (на примере...).
49. Разработка стратегии продвижения услуги на рынке (на примере...).
50. Разработка стратегии сегментирования рынка услуг / продукта (на примере...).
51. Разработка стратегии стимулирования сбыта новой услуги / продукта (на примере...).
52. Разработка стратегии товарной политики организации (на примере...).
53. Разработка стратегии улучшения рыночных показателей услуги(продукта) (на примере...).
54. Разработка стратегии ценообразования новой услуги / продукта (на примере ...).
55. Разработка ценовой политики организации сферы услуг (на примере...).
56. Реструктуризация бизнеса на основе концепции маркетинга (на примере...).
57. Совершенствование системы маркетинга образовательных услуг (на примере...).
58. Совершенствование системы маркетинга банковских услуг (на примере...).
59. Совершенствование системы маркетинга туристических услуг (на примере...).
60. Совершенствование системы управления торговой маркой организации (на примере...).
61. Совершенствование стратегии взаимоотношений организации с конечными потребителями (на примере ...).
62. Совершенствование стратегии выбора целевых рынков в условиях высокой конкуренции (на примере...).
63. Совершенствование стратегии маркетинга на предприятии (на примере...).
64. Совершенствование структуры и инструментария службы маркетинга организации (на примере ...).
65. Управление продвижением услуги / продукта на внешних рынках (на примере...).
66. Формирование товарной политики организации (на примере ...).

- 67.Формирование системы краткосрочного стимулирования продаж организации (на примере...).
- 68.Совершенствование товарной политики организации (на примере...).
- 69.Разработка плана деятельности в сфере мерчандайзинга (на примере ...).
- 70.Совершенствование управления франчайзинговой компанией (на примере ...).
- 71.Совершенствование управления выставочной деятельностью организации (на примере...).
- 72.Совершенствование управления продажами в организации, предприятии (на примере ...).
- 73.Совершенствование Интернет-маркетинга в организации (на примере...).
- 74.Совершенствование маркетинговых технологий продвижения продукции в Интернет – среде(на примере...).
- 75.Управление и совершенствование работы электронных магазинов организации (на примере ...).
- 76.Разработка электронного маркетинга (торговли) в организации (на примере ...).
- 77.Разработка технологий продвижения продукции на основе ивент-маркетинга (событийного маркетинга-менеджмента) в организации (на примере...).
- 78.Разработка программы внедрения системы CRM в организации (на примере...).
- 79.Разработка программы потребительской лояльности в организации (на примере ...).
- 80.Развитие маркетинговой деятельности организации на основе использования технологий прямого маркетинга (на примере ...).
- 81.Совершенствование управления маркетинговой деятельностью организации (на примере ...).
- 82.Развитие системы маркетинговой информации в управлении предприятием (организацией) и пути её совершенствования (на примере..).
- 83.Развитие инновационных направлений рекламной деятельности организации (на примере...)
- 84.Пути повышения эффективности маркетинговой деятельности организации (на примере...).
- 85.Совершенствование маркетинговой деятельности организации с учетом проявления кризисных явлений в экономике (на примере...).
- 86.Совершенствование деятельности маркетинговой службы организации (на примере...)
- 87.Совершенствование механизма ценообразования с целью повышения рентабельности производства (на примере...).
- 88.Совершенствование механизма ценообразования с целью повышения конкурентоспособности продукции (на примере...).
- 89.Совершенствование управления рекламной деятельностью организации

- (на примере...).
90. Развитие методов стимулирования сбыта в организации (на примере...).
 91. Оптимизация структуры сбытовой деятельности организации (на примере...)
 92. Обоснование и выбор стратегии управления маркетинговой политикой организации (на примере...).
 93. Сегментация рынка как способ повышения эффективности реализации продукции организации (на примере...).
 94. Разработка предложений по совершенствованию ценовой политики на предприятии (на примере...).
 95. Формирование спроса и стимулирование сбыта продукции на предприятии (на примере...).
 96. Управление маркетингом на рынке интеллектуальных продуктов (на примере...).
 97. Организация и совершенствование управления рекламной деятельностью на предприятии (на примере...).

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента протокол №2 от 03.10.2016г.

Зав. каф. менеджмента

В.Э.Кириллова