**ПЕРЕЧЕНЬ**

**рекомендуемых тем выпускных квалификационных работ (бакалаврских) работ для студентов очной формы обучения, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль – Маркетинг**

**Важная информация:** каждая тема должна быть рассмотрена на примере *конкретной* компании и/или отрасли, которые не должны повторяться в рамках одной группы.

1. **ВКР как start-up. Разработка нового товара (услуги) (на примере конкретного товара или услуги)**
2. Разработка и реализация маркетинговой стратегии компании
3. Влияние имиджа организации на управление продажами товаров
4. Разработка стратегии digital маркетинга для компании
5. Исследование направлений развития маркетинговой политики организации в условиях экономической турбулентности
6. Организация международной маркетинговой деятельности организации в условиях нестабильности
7. Организация выставочной деятельности на потребительском рынке
8. Организация и проведение маркетинговых исследований в организации в условиях кризиса
9. Маркетинговые исследования поведения потребителей
10. Организация международной сбытовой деятельности организации
11. Организация и проведение глубинных интервью в маркетинговых исследованиях
12. Организация продвижения товаров на новые рынки в условиях нестабильности
13. Применение методологии дизайн - мышления для разработки маркетинговых продуктов
14. Организация сервисного обслуживания потребителей
15. Применение в управлении инструментов нейромаркетинга
16. Оценка сбытовой структуры организации
17. Оценка факторов, влияющих на поведение потребителей в условиях турбулентности
18. Оценка эффективности затрат на маркетинг организации
19. Оценка эффективности маркетинговой деятельности организации
20. Повышение лояльности клиентов в рамках сбытовой политики организации на рынке В2В (В2С)
21. Применение CRM-стратегии для управления продажами
22. Развитие «продакт-плейсмент» как современного инструмента маркетинговой коммуникации
23. Этика маркетинга
24. Разработка PR-кампании организации
25. Разработка ассортиментной политики организации
26. Разработка каналов распределения и методов стимулирования сбыта товаров и услуг
27. Разработка рекламной кампании в Интернете
28. Разработка комплекса маркетинга организации
29. Разработка коммуникационной стратегии компании
30. Использование инструментов Digital-маркетинга для повышения эффективности привлечения клиентов
31. Контент-маркетинг как инструмент продвижения товара/услуги в цифровой среде
32. Разработка маркетинговой стратегии международной компании
33. Разработка маркетинговых коммуникаций в организации
34. Разработка стратегии ценообразования
35. Формирование системы ценообразования в строительстве
36. Формирование системы ценообразования билетных программ (туристических продуктов)
37. CRM-система как средство эффективного управления организацией
38. Разработка программы стимулирования системы сбыта
39. Разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинга отношений
40. Разработка системы digital-коммуникаций в событийном маркетинге
41. Применение поведенческих моделей в управлении маркетингом
42. Разработка системы лояльности потребителей
43. Разработка системы мультиканальных продаж
44. Разработка событийного маркетинга как средства продвижения товаров (услуг
45. Совершенствование инструментов цифрового маркетинга для повышения эффективности привлечения клиентов
46. Разработка социально-ориентированной маркетинговой политики организации
47. Разработка стратегии продвижения товаров и услуг на рынок
48. Разработка стратегии сегментирования рынка
49. Разработка технологий вирусного и партизанского маркетинга организации
50. Реализация проектов социального маркетинга
51. Совершенствование инструментария маркетинга организации в условиях глобальных изменений
52. Совершенствование инструментов прямого маркетинга в организации
53. Совершенствование рекламной деятельности на рынке товаров и услуг
54. Совершенствование сбытовой политики организации
55. Совершенствование стратегии продвижения торговой марки (бренда) на международном рынке
56. Совершенствование ценовой политики организации
57. Социально-экономическая оценка конкурентной среды организации
58. Сравнительный анализ различных каналов сбыта
59. Управление ассортиментной политикой организации
60. Управление инновационным маркетингом организации
61. Управление инструментами мерчандайзинга в системе стимулирования сбыта организации
62. Управление информационными технологиями в маркетинговой деятельности организации
63. Управление качеством продукции в системе маркетинга как направление устойчивого развития организации
64. Управление личными продажами
65. Управление маркетинговой деятельностью организации
66. Управление маркетинговой деятельностью субъектов малого предпринимательства
67. Управление маркетинговыми и интернет-коммуникациями на финансовых рынках
68. Разработка системы KPI маркетинговой деятельности
69. Цифровизация маркетинговой деятельности
70. Роль ESG-повестки при разработке маркетинговой стратегии организации
71. Разработка методики маркетингового исследования потребителей на основе нейротехнологий
72. Управление репутацией организации в социальных сетях в условиях санкционного давления
73. Совершенствование digital-продвижения организации на основе средств автоматизации маркетинга
74. Управление клиентским опытом потребителей организации на основе искусственного интеллекта
75. Разработка (и продвижение) продуктов (брендов) с использованием нейротехнологий
76. Разработка (и продвижение) продуктов (брендов) с использованием сенсорных технологий
77. Разработка (и продвижение) продуктов (брендов) с использованием латерального мышления
78. Разработка (и продвижение) продуктов с использованием инновационных технологий
79. Управление маркетингом в торговле
80. Управление маркетингом в сфере аграрно-промышленного комплекса (АПК)
81. Управление маркетингом государственной организации
82. Управление маркетингом интеллектуального продукта
83. Управление маркетингом на рынке образовательных услуг
84. Управление маркетингом в индустрии спорта
85. Управление маркетингом на рынке страховых услуг
86. Управления маркетингом букмекерских контор
87. Управление маркетингом медиа-компаний
88. Управление маркетингом на рынке строительства
89. Управление маркетингом в высотехнологичных отраслях
90. Управление маркетингом в промышленности
91. Управление маркетингом в ТЭК
92. Управление мультиканальными продажами организации
93. Управление продажами на рынке финансовых услуг
94. Управление товарной политикой организации
95. Управление торговыми марками (брендами)
96. Управление PR-деятельностью организации
97. Формирование имиджа организации
98. Формирование конкурентной маркетинговой стратегии организации в условиях нестабильности
99. Формирование маркетинговой среды организации
100. Формирование маркетинговых инструментов на рынке банковских услуг
101. Формирование программы позиционирования товара (услуги)
102. Формирование стратегии выхода организации на международные рынки в условиях санкций
103. Формирование франчайзинговых систем на потребительском рынке
104. **Сформулируйте и предложите новую тему, которая интересна Вам!!!**