

Темы выпускных квалификационных работ для студентов
Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»
Магистерская программа «Продуктовый маркетинг и аналитика»

1. Анализ сезонных колебаний продаж цифрового продукта (выбрать организацию или отраслевую специфику)
2. Аналитические модели прогноза поведения клиентов (выбрать организацию или отраслевую специфику)
3. Анализ конъюнктуры рынка на продукцию организации (выбрать организацию или отраслевую специфику)
4. Внедрение панельных исследований в продуктовый маркетинг (выбрать организацию или отраслевую специфику)
5. Разработка программы продвижения с лидерами мнений и инфлюенс-маркетинг как часть плана продуктового маркетинга (выбрать организацию или отраслевую специфику)
6. Разработка стратегии продуктового маркетинга при бизнес-планировании (выбрать организацию или отраслевую специфику)
7. Исследование и разработка стратегии продуктового маркетинга при создании нового бизнеса (выбрать организацию или отраслевую специфику)
8. Исследование покупательского поведения на российском рынке электронной коммерции (выбрать организацию или отраслевую специфику)
9. Влияние сезонности спроса на стратегию продуктового маркетинга организации (выбрать организацию или отраслевую специфику)
10. Медиапланирование в стратегии продуктового маркетинга организации (выбрать организацию или отраслевую специфику)
11. Особенности жизненного цикла продукта и задачи продуктового маркетинга по прогнозированию и регулированию его этапов (выбрать организацию или отраслевую специфику)
12. Моделирование распространения информации и влияния на поведение потребителей (выбрать организацию или отраслевую специфику)
13. Организация и планирование деятельности службы продуктового маркетинга в организации (выбрать организацию)
14. Организация продуктового маркетинга в мобильном продукте (выбрать организацию или отраслевую специфику)
15. Разработка антикризисной маркетинговой стратегии организации (выбрать организацию)

16. Развитие стратегии выхода продукта на региональные и международные рынки (выбрать организацию или отраслевую специфику)
17. Исследование отраслевого окружения организации для репозиционирования (выбрать организацию или отраслевую специфику)
18. Исследование мотивации потребителей продукта организации для создания персон продуктового маркетинга (выбрать организацию или отраслевую специфику)
19. Исследование мотивации потребителей продукта организации (выбрать организацию или отраслевую специфику)
20. Кластеризация профилей пользователей организации на основе их интересов (выбрать организацию или отраслевую специфику)
21. Предложения по формированию клиентских метрик в управлении клиенто-ориентированным бизнесом (выбрать организацию или отраслевую специфику)
22. Разработка стратегии сегментирования рынка (выбрать организацию или отраслевую специфику)
23. Методы визуализации данных как инструмент бизнес-анализа (выбрать организацию или отраслевую специфику)
24. Разработка программы повышения лояльности потребителей на основе анализа конкурентоспособности бренда (выбрать организацию)
25. Разработка рекомендаций по формированию маркетинговых решений организации для обоснования выбора каналов распределения и сбыта (выбрать организацию или отраслевую специфику)
26. Разработка рекомендаций по совершенствованию стратегических маркетинговых решений организации в выборе ценовой политики (выбрать организацию или отраслевую специфику)
27. Разработка портфеля маркетинговых метрик организации (выбрать организацию или отраслевую специфику)
28. Разработка комплекса организационных мероприятий по повышению эффективности маркетинговой деятельности организации на отраслевом рынке (выбрать организацию или отраслевую специфику)
29. Разработка рекомендаций по совершенствованию стратегических маркетинговых решений организации в обосновании коммуникационного плана (выбрать организацию или отраслевую специфику)
30. Разработка плана коммуникаций в блогосфере (выбрать организацию или отраслевую специфику)

31. Разработка и реализация маркетинговой стратегии организации в интернет-среде (выбрать организацию или отраслевую специфику)
32. Разработка стратегии продвижения интернет-магазина (выбрать организацию или отраслевую специфику)
33. Разработка стратегии развития торговых марок (выбрать организацию или отраслевую специфику)
34. Разработка программы продвижения нового продукта на рынок (выбрать организацию или отраслевую специфику)
35. Разработка предложений по повышению имиджа и репутации организации (выбрать организацию или отраслевую специфику)
36. Разработка программы оценки качества обслуживания клиентов (выбрать организацию или отраслевую специфику)
37. Разработка методических рекомендаций по улучшению качества обслуживания клиентов (выбрать организацию или отраслевую специфику)
38. Рекомендации по разработке стратегии digital-маркетинга на рынке B2C (выбрать организацию или отраслевую специфику)
39. Рекомендации по разработке стратегии digital-маркетинга на рынке B2B (выбрать организацию или отраслевую специфику)
40. Реструктуризация маркетинговой службы в организации (выбрать организацию)
41. Совершенствование управления бизнесом на основе маркетинговых метрик (выбрать организацию)
42. Внедрение VTL-рекламы при стимулировании сбыта продукции производителя (выбрать организацию)
43. Внедрение мерчандайзинга в систему стимулирования сбыта организации (выбрать организацию)
44. Внедрение системы контроля достижений маркетинговых целей в стратегическом управлении организацией (выбрать организацию)
45. Директ-маркетинг как основа продвижения товара/услуги (выбрать организацию или отраслевую специфику)
46. Исследование эффективности затрат на маркетинг организации на рынке B2B (выбрать организацию)
47. Исследование эффективности затрат на маркетинг организации на рынке B2C (выбрать организацию)
48. Исследование отраслевого окружения организации для репозиционирования (выбрать организацию или отраслевую специфику)
49. Исследование особенностей поведения участников рынка для формирования уникального торгового предложения (выбрать организацию или отраслевую специфику)

50. Исследование поведения потребителей на российском рынке совместного потребления (Sharing Economy) (выбрать организацию или отраслевую специфику)
51. Использование методов моделирования и прогнозирования в изучении поведенческих реакций потребителей (выбрать организацию или отраслевую специфику)
52. Исследование драйверов и барьеров развития электронной коммерции в России (выбрать организацию или отраслевую специфику)
53. Исследование покупательского поведения на российском рынке электронной коммерции (выбрать организацию или отраслевую специфику)
54. Исследование сезонности спроса на товарный ассортимент организации (выбрать организацию или отраслевую специфику)
55. Исследование сезонности спроса на продукцию производственного предприятия (выбрать организацию или отраслевую специфику)
56. Использование информационных технологий в рекламной деятельности организации (выбрать организацию или отраслевую специфику)
57. Использование бенчмаркинга как эффективного направления маркетингового анализа деятельности организации (выбрать организацию или отраслевую специфику)
58. Маркетинговое прогнозирование развития электронной коммерции (выбрать организацию или отраслевую специфику)
59. Маркетинговое планирование онлайн-продаж (выбрать организацию или отраслевую специфику)
60. Маркетинговое планирование торговой деятельности на выбранном маркетинговом месте (выбрать организацию или отраслевую специфику)
61. Маркетинговое исследование ценовых предпочтений покупателей (выбрать организацию или отраслевую специфику)
62. Методология осуществления ребрендинга в целях эффективного продвижения новых видов услуг на рынок (выбрать организацию или отраслевую специфику)
63. Методы эффективного управления продажами на рынке (выбрать организацию или отраслевую специфику)
64. Методы исследования предпочтений потребителей на основе построения карт восприятия для организации (выбрать организацию или отраслевую специфику)
65. Методы извлечения информации о событиях организации (выбрать организацию или отраслевую специфику)
66. Особенности внедрения CRM-системы в организации на рынке (выбрать организацию или отраслевую специфику)

67. Оценка мотивации потребителей в системе управления маркетингом организации (выбрать организацию или отраслевую специфику)
68. Организация выставочного участия экспонента (выбрать организацию или отраслевую специфику)
69. Организация и планирование выставочной деятельности в продвижении новых товаров и услуг (выбрать организацию или отраслевую специфику)
70. Организация событийного маркетинга в популяризации бренда (выбрать организацию или отраслевую специфику)
71. Применение аналитических инструментов в процессе совершенствования маркетинговой политики (выбрать организацию или отраслевую специфику)
72. Прогнозирование спроса на цифровой продукт (выбрать организацию или отраслевую специфику)
73. Предложения по внедрению интернет-технологий и IT-системы в построении отношений с покупателями (выбрать организацию или отраслевую специфику)
74. Применение методов анализа ассортимента в целях совершенствования товарной политики предприятия (выбрать организацию)
75. Построение отношений потребителя с брендом в клиентских сообществах (выбрать организацию или отраслевую специфику)
76. Пути совершенствования прогрессивных форм продажи и методов обслуживания покупателей в организации (выбрать организацию)
77. Развитие модели ценности клиента и ее использование при внедрении CRM-системы (выбрать организацию или отраслевую специфику)
78. Развитие системы продуктового маркетинга в организации (выбрать организацию или отраслевую специфику)
79. Развитие маркетинга транспортного обслуживания товарного рынка (выбрать организацию или отраслевую специфику)
80. Разработка программы идентичности бренда организации (выбрать организацию или отраслевую специфику)
81. Разработка концепции упаковки товара в системе продуктового маркетинга (выбрать организацию или отраслевую специфику)
82. Совершенствование качественных методов в маркетинговых исследованиях организации (выбрать организацию или отраслевую специфику)
83. Совершенствование программы стимулирования конечных потребителей в организации (выбрать организацию или отраслевую специфику)
84. Создание системы маркетинговых коммуникаций на основе btl-мероприятий (выбрать организацию или отраслевую специфику)

85. Управление партнерскими отношениями в организации B2B-сектора (выбрать организацию или отраслевую специфику)
86. Управление процессом разработки и создания цифровых продуктов (выбрать организацию или отраслевую специфику)
87. Управление взаимоотношениями с постоянными покупателями (выбрать организацию или отраслевую специфику)
88. Управление комплексом маркетинга современной организации на B2B-рынке (выбрать организацию или отраслевую специфику)
89. Управление комплексом маркетинга современной организации на B2C-рынке (выбрать организацию или отраслевую специфику)
90. Управление коммуникациями в социальных медиа (выбрать организацию или отраслевую специфику)
91. Управление жизненной ценностью потребителя в клиентских сообществах (выбрать организацию или отраслевую специфику)
92. Управление комплексом маркетинга современной организации на рынке услуг (выбрать организацию или отраслевую специфику)
93. Управление рекламной деятельностью в современных условиях на российском рынке (выбрать организацию или отраслевую специфику)
94. Формирование программы лояльности в организации на рынке B2C (выбрать организацию или отраслевую специфику)
95. Формирование стратегии клиенто-ориентированного маркетинга для развития конкурентного преимущества организации (выбрать организацию или отраслевую специфику)
96. Формирование маркетинговых инструментов создания ценности для клиентов (выбрать организацию или отраслевую специфику)
97. Формирование программы позиционирования товара (выбрать организацию или отраслевую специфику)
98. Формирование системы логистики как элемента управления материальными потоками организации (выбрать организацию или отраслевую специфику)
99. Формирование корпоративной культуры как организационного ресурса маркетинга (выбрать организацию)
100. ВКР-стартап (ВКР как предпринимательский проект с инновационной или социальной составляющей)¹

¹ Приказ 3136/о от 20.12.2023 г.