

Примерный перечень тем выпускных квалификационных работ по профилю «Маркетинг» на 2019-2020 учебный год

1. Особенности маркетинга образовательных услуг.
2. Тенденции и перспективы развития рынка образовательных услуг региона.
3. Исследование рынка образовательных услуг Алтайского края.
4. Маркетинговые технологии в образовании и их применение в вузах Алтайского края.
5. Совершенствование деятельности образовательных организаций.
6. Разработка элементов стратегии выхода на международный рынок для российской компании в условиях санкций.
7. Развитие контент-маркетинга в современной организации.
8. Контент-маркетинг как основа разработки стратегического маркетинга в организации.
9. Разработка маркетинговой стратегии с учетом персонализации рекламных воздействий на потребителей.
10. Цифровая трансформация маркетинга в современной организации.
11. Сегментация рынка в ценовом маркетинге.
12. Анализ влияния цен на потребительский спрос в стране и регионе.
13. Анализ цен на региональных и городских товарных рынках.
14. Совершенствование Интернет - маркетинга в организации.
15. Совершенствование маркетинговых технологий продвижения продукции в Интернет среде.
16. Разработка и совершенствование электронного маркетинга (торговли) в организации.
17. Разработка и совершенствование технологий продвижения продукции на основе ивент маркетинга в организации.
18. Развитие системы взаимодействия с клиентами для повышения эффективности организации.
19. Цена и конкурентоспособность товара (на примере).
20. Ценообразование торговых предприятий (на примере).
21. Разработка стратегии развития торговых марок (на примере).
22. Развитие и совершенствование видео контента для повышения эффективности маркетинговых технологий.
23. Место и роль концепции брендинга в вопросах эффективного продвижения товаров на рынок.
24. Методы осуществления ребрендинга в целях эффективного продвижения новых видов услуг на рынок.
25. Анализ и прогноз развития товарного рынка как необходимое условие эффективной маркетинговой деятельности.
26. Маркетинг услуг в сферах отдыха и развлечений в России.
27. Формирование лояльности потребителей как основы конкурентоспособности компании.
28. Маркетинг в социальных сетях как инструмент продвижения бренда.

29. Маркетинговые технологии как фактор повышения эффективности деятельности организации.
30. Организация и совершенствование деятельности маркетинговой службы в организации.
31. Формирование имиджа компании на основе инструментов Public Relations («Паблик-релейшнз»).
32. Организация и совершенствование управления рекламной деятельностью на предприятии.
33. Оценка эффективности маркетинговой деятельности.
34. Пути повышения конкурентоспособности фирмы.
35. Разработка системы стимулирования сбыта услуг туристической компании.
36. Разработка элементов бренда.
37. Разработка программы внедрения системы CRM на предприятии, в организации.
38. Сбытовая политика предприятия и ее совершенствование на основе реализации концепции «сквозной» логистики.
39. Разработка стратегии позиционирования нового продукта на рынке.
40. Управление коммерческой деятельностью предприятия.
41. Разработка стратегии продвижения продукции предприятия на основе работы с ключевыми клиентами компаниями.
42. Факторы и пути достижения конкурентных преимуществ организации.
43. Формирование и развитие клиентских отношений компании.
44. Управление маркетингом с целью совершенствования конкурентоспособности организации
45. Разработка стратегии формирования спроса и стимулирования сбыта.
46. Разработка маркетинговой стратегии предприятия конкретной отрасли российской экономики (легкой промышленности, сельского хозяйства торговли и т.п.).
47. Управление политикой ценообразования в условиях рынка.
48. Управление продвижением, сбытом и организацией продаж.