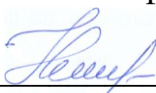


УТВЕРЖДАЮ:
зав. кафедрой маркетинга


С.В. Карпова
«27» августа 2025 г.

ПЕРЕЧЕНЬ
рекомендуемых тем выпускных квалификационных работ для
студентов, обучающихся по направлению 38.04.02 «Менеджмент»,
очной формы обучения, магистерская программа «Финансовый
маркетинг»

Важная информация: каждая тема должна быть рассмотрена на примере *конкретных* финансовых организаций, которые не должны повторяться

1. Адаптация маркетинговой стратегии финансовой организации в условиях длительного санкционного давления.
2. Анализ и совершенствование карты пути клиента в цифровых каналах банка.
3. Анализ эффективности инструментов результативного маркетинга в финансовом секторе.
4. ВКР как стартап: разработка и вывод на финансовый рынок инновационного продукта/услуги (на примере конкретного проекта).
5. Внедрение генеративного искусственного интеллекта в контент-маркетинг и клиентский сервис финансовой организации.
6. Внедрение и коммуникация принципов устойчивого развития в продуктовый портфель банка.
7. Внедрение технологий искусственного интеллекта для анализа маркетинговых решений на финансовых рынках.
8. Замена импортных маркетинговых технологий: выбор и внедрение отечественных систем управления взаимоотношениями с клиентами и систем планирования ресурсов предприятия.
9. Использование поведенческой экономики в разработке и продвижении финансовых продуктов.
10. Использование технологий компьютерного зрения в маркетинговых исследованиях финансовой организации.
11. Маркетинг ответственного инвестирования: разработка и продвижение соответствующих продуктов для частных и корпоративных клиентов.

12. Маркетинг событий в финансовой сфере: организация и продвижение через онлайн- и офлайн-мероприятия.
13. Маркетинговая поддержка программ лояльности на рынке страхования.
14. Маркетинговая стратегия выхода финансовой организации на новые международные рынки в условиях санкций.
15. Маркетинговая стратегия привлечения молодежной аудитории в финансовые сервисы.
16. Маркетинговая стратегия продвижения региональных отделений банка в малых городах.
17. Маркетинговая стратегия продвижения услуг банкинга, соответствующего нормам ислама, в мультиконфессиональном регионе России.
18. Маркетинговая стратегия продвижения услуг частного банковского обслуживания для состоятельных клиентов.
19. Мониторинг и управление эффективностью маркетинговой деятельности финансовой организации в условиях нестабильности.
20. Оптимизация бюджета маркетинга с применением методов анализа больших данных.
21. Оптимизация воронки продаж через мобильное приложение банка на основе поведенческих паттернов.
22. Оптимизация клиентского пути на основе автоматизации маркетинга и машинного обучения.
23. Организация маркетинга финансовой организации в условиях кризиса.
24. Организация маркетинговых исследований на рынке финансовых услуг.
25. Оценка конкурентоспособности продуктов финансовой организации на внешнем и внутреннем рынке в условиях импортозамещения.
26. Оценка эффективности системы продвижения продуктов финансовой организации.
27. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций на тему устойчивого развития финансовой организации.
28. Оценка эффективности цифровых каналов привлечения клиентов с использованием систем сквозной аналитики.
29. Повышение эффективности работы службы маркетинга финансовой организации в условиях кризиса.
30. Позиционирование и продвижение финансовой организации в условиях моногорода.
31. Построение системы комплексных перекрестных продаж и многоуровневой модели клиентского покрытия в финансовой организации.

32. Проект мероприятий по формированию позитивного имиджа финансовой организации.
33. Проектирование бесшовного клиентского опыта в многоканальной среде финансовой организации.
34. Разработка антикризисной коммуникационной стратегии для сохранения лояльности клиентов финансовой организации.
35. Разработка инструментария для маркетинговых исследований на основе нейромаркетинга и биометрических данных.
36. Разработка и продвижение инклюзивных финансовых продуктов для людей с ограниченными возможностями.
37. Разработка и продвижение стратегии трансформации в области экологической, социальной ответственности и корпоративного управления финансовой организации.
38. Разработка и продвижение финансовых продуктов с использованием технологий виртуальной и дополненной реальности.
39. Разработка маркетинговой стратегии финансовой организации.
40. Разработка методики оценки пожизненной ценности клиента для финансовых организаций.
41. Разработка многоканальной стратегии продаж финансовой организации.
42. Разработка плана маркетинговой деятельности финансовой организации.
43. Разработка позиционирования бренда на рынке банковских услуг.
44. Разработка системы ключевых показателей эффективности при внедрении систем управления взаимоотношениями с клиентами.
45. Разработка системы мотивации и стимулирования персонала в маркетинговых подразделениях финансовой организации.
46. Разработка системы управления брендом работодателя в финансовой организации.
47. Разработка системы управления клиентским опытом на основе анализа цифровых следов.
48. Разработка системы управления маркетинговыми рисками в условиях цифровизации.
49. Разработка стратегии аффинити-маркетинга для кредитно-финансовых учреждений.
50. Разработка стратегии гиперперсонализации клиентского опыта в финансовой организации на основе прогнозной аналитики.
51. Разработка стратегии маркетинга для стартапа в сфере финансовых технологий.
52. Разработка стратегии цифрового маркетинга финансовой организации.

53. Совершенствование международной маркетинговой деятельности финансовой организации в условиях экономических санкций.
54. Совершенствование модели обслуживания клиентов финансовой организации.
55. Совершенствование стратегического и тактического планирования маркетинга на рынке финансовых услуг.
56. Совершенствование товарно-ассортиментной политики финансовой организации в условиях импортозамещения.
57. Стратегия интеграции традиционных и цифровых каналов продаж в розничном банковском бизнесе.
58. Стратегия присутствия финансовой организации в виртуальных пространствах и цифровых средах.
59. Стратегия продвижения национальной платежной системы и экосистемы финансовых технологий на региональном рынке.
60. Стратегия развития и продвижения совместных брендовых продуктов с нефинансовыми партнерами.
61. Управление лояльностью в сегменте B2B: разработка программ лояльности для корпоративных клиентов и малого бизнеса.
62. Управление маркетинговыми коммуникациями с применением чат-ботов и виртуальных ассистентов на базе искусственного интеллекта.
63. Управление продуктовым портфелем в условиях ограниченного доступа к международным финансовым рынкам и технологиям.
64. Управление репутационными рисками в цифровой среде с использованием технологий мониторинга и семантического анализа.
65. Управление взаимоотношениями с клиентами и партнерами на рынке финансовых услуг.
66. Управление продуктовым портфелем финансовой организации в условиях экономических санкций.
67. Управление маркетинговыми коммуникациями в финансовой организации.
68. Формирование имиджа ответственной финансовой организации и оценка его восприятия потребителями.
69. Формирование стратегии банка с использованием интегрированных маркетинговых коммуникаций.
70. Формирование ценовой политики финансовой организации.