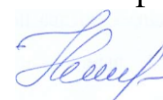


УТВЕРЖДАЮ:

зав. кафедрой маркетинга



С.В. Карпова

«02» февраля 2026 г.

ПЕРЕЧЕНЬ

рекомендуемых тем выпускных квалификационных работ (бакалаврских)
для студентов очной и очно-заочной форм обучения,
обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент»,
профиль – Маркетинг

Тема ВКР должна содержать либо полное наименование организации, в которую обучающийся гарантировано устроен на практику, либо конкретный рынок товаров или услуг в случае, если место практики еще не известно, но интересующий рынок студентом уже определен.

1. Разработка комплекса маркетинга для вывода нового товара на рынок (на примере конкретной компании или бренда).
2. Совершенствование рекламной деятельности предприятия в условиях ограниченного бюджета (на примере конкретной компании или бренда).
3. Управление ассортиментом и ассортиментом товаров в розничной торговле (на примере конкретной компании или бренда).
4. Разработка и реализация коммуникационной стратегии в социальных сетях для малого бизнеса (на примере конкретной компании или бренда).
5. Совершенствование сбытовой политики и каналов распределения (на примере конкретной компании или бренда).
6. Повышение эффективности работы отдела продаж на основе CRM-системы (на примере конкретной компании или бренда).
7. Разработка программы лояльности для постоянных клиентов (на примере конкретной компании или бренда).
8. Формирование ценовой политики предприятия (на примере конкретной компании или бренда).
9. Организация маркетинговой деятельности на предприятии малого бизнеса (на примере конкретной компании или бренда).

10. Разработка мероприятий по удержанию клиентов в условиях высокой конкуренции (на примере конкретной компании или бренда).
11. Совершенствование сервиса как фактор повышения лояльности (на примере конкретной компании или бренда).
12. Внедрение цифрового маркетинга в деятельность розничной торговой организации (на примере конкретной компании или бренда).
13. Анализ потребительского рынка и выбор позиционирования товара (на примере конкретной компании или бренда).
14. Управление брендом и разработка элементов фирменного стиля (на примере конкретной компании или бренда).
15. Оценка эффективности рекламной кампании в цифровой среде (на примере конкретной компании или бренда).
16. Разработка антикризисной маркетинговой стратегии для организации в условиях санкций (на примере конкретной компании или бренда).
17. Совершенствование мерчандайзинга и оформления точек продаж (на примере конкретной компании или бренда).
18. Управление маркетингом взаимоотношений с партнёрами (на примере конкретной компании или бренда).
19. Разработка и продвижение собственной торговой марки розничной сети (на примере конкретной компании или бренда).
20. Оптимизация расходов на маркетинг в условиях снижения покупательной способности
21. Повышение эффективности контент-маркетинга для b2b-компании (на примере конкретной компании или бренда).
22. Разработка мероприятий по ребрендингу и обновлению имиджа компании (на примере конкретной компании или бренда).
23. Анализ и повышение эффективности работы маркетплейса (на примере конкретной компании или бренда).
24. Управление репутацией компании в сети Интернет (на примере конкретной компании или бренда).
25. Разработка системы KPI для оценки работы маркетинговой службы (на примере конкретной компании или бренда).

26. Совершенствование клиентского сервиса с использованием чат-ботов и мессенджеров для автоматизации продаж (на примере конкретной компании или бренда).
27. Совершенствование выставочной деятельности организации (на примере конкретной компании или бренда).
28. Управление ассортиментной политикой в условиях импортозамещения (на примере конкретной компании или бренда).
29. Совершенствование каналов сбыта в электронной коммерции (на примере конкретной компании или бренда).
30. Формирование и развитие франчайзинговой сети (на примере конкретной компании или бренда).
31. Разработка маркетинговой стратегии для выхода на региональные рынки (на примере конкретной компании или бренда).
32. Повышение узнаваемости бренда с использованием инструментов событийного маркетинга (на примере конкретной компании или бренда).
33. Анализ и совершенствование системы стимулирования сбыта (на примере конкретной компании или бренда).
34. Управление клиентским сервисом в омниканальной рознице (на примере конкретной компании или бренда).
35. Разработка маркетинговой стратегии для стартапа или нового бизнеса (на примере конкретной компании или бренда).