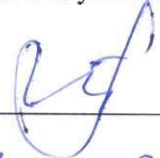


УТВЕРЖДАЮ

Декан Факультета экономики и бизнеса


_____ Е.Р. Безсмертная

« 11 » 09 2026 г.

Тематика выпускных квалификационных работ для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика», ОП «Экономика и бизнес», профиль «Экономика креативных индустрий» (2026-2027 учебный год)

(рассмотрена на заседании Кафедры отраслевых рынков 27.08.2026 г., протокол №12)

Организация-работодатель, согласовавшая примерный перечень – Гильдия креативных индустрий при МТПП

1. Развитие креативных индустрий в системе структурной трансформации экономики Российской Федерации
2. Формирование региональных креативных кластеров как фактор социально-экономического развития субъекта Российской Федерации
3. Инвестиционный потенциал креативных индустрий России и направления повышения инвестиционной привлекательности сектора
4. Трансформация бизнес-моделей организаций креативных индустрий под влиянием платформенной экономики
5. Экономическая оценка влияния технологий искусственного интеллекта на развитие креативных индустрий России
6. Развитие рынка интеллектуальной собственности и коммерциализация нематериальных активов в креативных индустриях России
7. Финансовые механизмы развития креативных индустрий России и направления диверсификации источников финансирования
8. Конкурентоспособность российских креативных индустрий на внутреннем и внешних рынках
9. Трансформация бизнес-моделей креативной индустрии под влиянием экономики впечатлений
10. Экономическая устойчивость организации креативной индустрии в условиях развития стриминговых платформ
11. Формирование пространственной стратегии размещения креативных кластеров в российской экономике
12. Проблемы и перспективы развития рынка NFT
13. Особенности ценообразования в организациях креативных индустрий
14. Оценка рынка впечатлений в России: текущее состояние и перспективы роста
15. Проекты по ревитализации индустриальных объектов и их интеграции в креативные пространства.
16. Оценка экономической эффективности создания и продвижения арт-объектов.
17. Продвижение продукции модной индустрии на международные рынки.
18. Продвижение продукции народных художественных промыслов на международные рынки.
19. Оценка экономической эффективности создания локальных брендов на основе продукции народных художественных промыслов.

20. Повышение конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности креативного сектора России (тема уточняется в зависимости от выбора отрасли/сферы деятельности).
21. Трансформация промышленных кластеров как фактор развития креативной экономики регионов
22. Государственная финансовая поддержка креативных индустрий: оценка эффективности в современных условиях
23. Экономическая оценка бренда, как инструмент повышения эффективности деятельности бизнеса
24. Экономические эффекты цифровизации в креативных индустриях: резервы роста стоимости бизнеса
25. Методы оценки эффективности проектов в креативных индустриях
26. Повышение эффективности использования имущественного комплекса бизнеса в креативных индустриях
27. Повышение эффективности использования оборотных активов бизнеса в креативных индустриях
28. Управление кредиторской задолженностью бизнеса в креативных индустриях
29. Управление дебиторской задолженностью бизнеса в креативных индустриях
30. Механизмы привлечения финансовых ресурсов бизнеса креативных индустрий
31. Система управления рисками бизнеса креативных индустрий
32. Перспективы биржевой торговли акциями креативного сектора в России
33. Роль малого бизнеса в развитии креативного сектора в России
34. Анализ и совершенствование направлений развития экосистемы государственной поддержки креативных индустрий.
35. Анализ и совершенствование мер государственной поддержки креативных индустрий.
36. Оценка экономической эффективности использования технологий искусственного интеллекта в креативных индустриях.
37. Направления повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации креативных индустрий.
38. Совершенствование механизмов финансирования деятельности организации креативных индустрий.
39. Повышение эффективности управления оборотным капиталом организации креативных индустрий.
40. Повышение эффективности управления персоналом организации креативных индустрий.
41. Пути повышения привлекательности социальных проектов для организаций креативных индустрий.
42. Анализ и совершенствование бизнес-процессов организации креативных индустрий.
43. Совершенствование системы планирования и контроля в организациях креативных индустрий.
44. Инвестиционное проектирование в организации креативных индустрий
45. Повышение финансовой устойчивости организации креативных индустрий
46. Развитие кадрового потенциала организации креативных индустрий
47. Повышение конкурентоспособности организации креативных индустрий
48. Моделирование управления активами организации креативных индустрий
49. Разработка стратегии продвижения организации креативных индустрий
50. Оценка рыночного потенциала продуктов креативных индустрий
51. Влияние креативных индустрий на формирование комфортной городской среды
52. Креативная специализация регионов
53. Объекты культурного наследия и креативные индустрии
54. Синергия взаимодействия креативных индустрий друг с другом
55. Интеллектуальная собственность компаний креативных индустрий как инструмент финансирования бизнеса

- 56. Оценка и повышение эффективности экспортного потенциала российских креативных индустрий
- 57. Развитие направления синергии креативных индустрий и туризма
- 58. Совершенствование механизма грантрайтинга

ВКР как проект по заказу работодателя Казначейства России

- 59. Совершенствование методов осуществления государственного финансового контроля в Российской Федерации с учетом международного опыта (на примере Китайской Народной Республики).
- 60. Оптимизация кадровых процессов при внедрении ИИ: возможности и риски.
- 61. Совершенствование кадровой политики на основе HR-дашбордов и кадровой аналитики.

**ВКР как проект, выполняемые на данных и инструментах Ситуационного центра
Финансового университета**

- 62. Анализ отраслевых данных и его применение в учебном процессе
- 63. Исследование отраслевых рынков методами больших данных
- 64. Данные как основа отраслевой аналитики в высшей школе

Заведующий Кафедрой отраслевых
рынков Факультета экономики и бизнеса



А.В. Шаркова

