

АНО ВО «Российский новый университет»
Факультет Экономики, управления и финансов
Кафедра «Менеджмента»

СПИСОК ТЕМ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ

Бакалаврских работ

по направлению подготовки

38.03.02 – «Менеджмент», профиль - «Маркетинг»

Утвержден на заседании кафедры
«29» августа 2016 г. Протокол № 1

1. Планирование маркетинговой деятельности компании (на конкретном примере).
2. Повышение конкурентоспособности компании (на конкретном примере).
3. Прогнозирование спроса, структуры и объема продаж продукции.
4. Разработка и совершенствование методов формирования имиджа компании (на конкретном примере).
5. Разработка компании по реализации прямого маркетинга (на конкретном примере).
6. Разработка комплекса маркетинга малого предприятия (на конкретном примере).
7. Разработка маркетинговой стратегии выхода из кризиса организации (на конкретном примере).
8. Разработка маркетинговой стратегии новой услуги.
9. Разработка маркетинговой стратегии организации (на конкретном примере).
10. Разработка медиаплана рекламной компании (на конкретном примере).
11. Разработка плана проведения мероприятий по маркетингу.
12. Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации (на конкретном примере).
13. Разработка стратегии позиционирования товара.
14. Разработка стратегии позиционирования услуги / продукта на глобальном рынке.
15. Разработка стратегии предложения услуги / продукта.
16. Разработка стратегии продвижения услуги на рынке.
17. Разработка стратегии сегментирования рынка услуг / продукта.
18. Разработка стратегии стимулирования сбыта новой услуги / продукта.
19. Разработка стратегии товарной политики компании (на конкретном примере).
20. Разработка стратегии улучшения рыночных показателей услуги / продукта.
21. Разработка стратегии ценообразования новой услуги / продукта.
22. Разработка стратегии ценообразования услуги / продукта.
23. Разработка ценовой политики для новой услуги / продукта.
24. Разработка ценовой политики предприятия сферы услуг.
25. Реструктуризация бизнеса на основе концепции маркетинга.
26. Совершенствование системы маркетинга образовательных услуг.
27. Совершенствование системы маркетинга банковских услуг.
28. Совершенствование системы маркетинга туристических услуг.
29. Совершенствование системы управления торговой маркой.
30. Совершенствование стратегии взаимоотношений компании с конечными потребителями (на конкретном примере).
31. Совершенствование стратегии выбора целевых рынков в условиях высокой конкуренции.
32. Совершенствование стратегии маркетинга на предприятии (на

- конкретном примере).
33. Совершенствование структуры и инструментария службы маркетинга предприятия (на конкретном примере).
 34. Управление продвижением услуги / продукта на внешних рынках.
 35. Формирование (совершенствование) товарной политики предприятия (на конкретном примере).
 36. Формирование системы краткосрочного стимулирования продаж организации (на конкретном примере).
 37. Совершенствование товарной политики предприятия (на конкретном примере).
 38. Разработка (или совершенствование) деятельности в сфере мерчандайзинга (на конкретном примере).
 39. Совершенствование управления франчайзинговой компанией (на конкретном примере).
 40. Совершенствование управления выставочной деятельностью предприятия, организации (на конкретном примере).
 41. Совершенствование управления продажами в организации, предприятии (на конкретном примере).
 42. Совершенствование Интернет-маркетинга в организации, предприятии (на конкретном примере).
 43. Совершенствование маркетинговых технологий продвижения продукции в Интернет - среде.
 44. Управление и совершенствование работы электронных магазинов (торговли) в организации, предприятии (на конкретном примере).
 45. Разработка (или совершенствование) электронного маркетинга (торговли) на предприятии, в организации (на конкретном примере).
 46. Разработка (или совершенствование) технологий продвижения продукции на основе ивент-маркетинга (событийного маркетинга-менеджмента) на предприятии, в организации (на конкретном примере).
 47. Разработка программы внедрения системы CRM на предприятии, в организации (на конкретном примере).
 48. Разработка программы потребительской лояльности в организации (на конкретном примере).
 49. Развитие маркетинговой деятельности организации на основе использования технологий прямого маркетинга (на конкретном примере).
 50. Совершенствование управления маркетинговой деятельностью организации (на конкретном примере).