

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(АНО ВО «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»)
ИНСТИТУТ БИЗНЕС-ТЕХНОЛОГИЙ**

ТЕМАТИКА БАКАЛАВРСКИХ РАБОТ

Направление подготовки 43.03.01 Сервис

Квалификация (степень) - БАКАЛАВР

Направленность (профиль) «Сервис в индустрии моды и красоты»

Утверждена на заседании
кафедры сервиса и бизнес-
коммуникаций от «20»
сентября 2019 г., протокол № 2

**Москва
2019**

1. Event-мероприятия как специальные проекты компании для ее продвижения.
2. Анализ особенностей продвижения бренда «Christian Dior»
3. Выставка как средство продвижения бренда fashion-индустрии.
4. Деятельность администратора предприятия индустрии моды и красоты.
5. Документное наполнение деятельности предприятий моды.
6. Коммуникативные методы работы с клиентами в сфере сервиса
7. Консультирование клиентов в сфере сервиса (на примере...).
8. Мероприятия по продвижению брендовых коллекций марки.
9. Мероприятия по продвижению модных коллекций.
10. Методы контроля качества сервисных услуг (на примере компании...)
11. Организация event-мероприятия как специальной услуги для продвижения проектов компании в сфере моды и красоты.
12. Организация свадьбы как сервисная услуга: подготовка и проведение.
13. Особенности интернет-консультирования клиентов (на примере ...).
14. Паблицити как форма PR-продвижения предприятия моды и красоты.
15. Позиционирование Youtube канала как медиаплатформы для реализации и продвижения услуг в сфере моды и красоты.
16. Позиционирование брендов фэшн-индустрии на российском рынке.
17. Презентация как эффективная форма продвижения фирмы на рынке услуг в сфере моды и красоты (на примере...).
18. Принципы повышения качества работы предприятия сервиса, работающего в сфере моды и красоты.
19. Принципы повышения качества работы предприятия сервиса.
20. Принципы работы с клиентами в сфере сервиса.
21. Принципы формирования брендовых коллекций.
22. Принципы формирования имиджа руководителя сервисного предприятия.
23. Принципы формирования имиджа руководителя сервисного предприятия.
24. Проведение показов: методика подготовки и проведения.

25. Разработка и продвижение эксклюзивного бренда в индустрии моды и красоты (на примере фирмы «...»).
26. Разработка информационно-рекламных материалов для студии моды и красоты «...».
27. Разработка корпоративного имиджа для предприятия сервиса.
28. Разработка новых видов услуг для предприятий моды и красоты.
29. Разработка рекламной кампании для предприятия индустрии моды и красоты (на примере «...»).
30. Рекламные стратегии сервисного предприятия.
31. Роль брендовых коллекций в fashion-индустрии.
32. Совершенствование фирменного стиля сервисного предприятия.
33. Создание шоу-румов: структура и принципы работы.
34. Специфика деятельности дома моды по организации показа новых коллекций
35. Специфика деятельности сервисного предприятия
36. Средства продвижения сервисных услуг салона красоты.
37. Технология организации и проведения презентационных мероприятий в салоне красоты.
38. Технологии продвижения сервисных услуг салона красоты.
39. Технологии продвижения модного бренда.
40. Формирование корпоративной культуры предприятия сервиса.