**Перечень тем выпускных квалификационных работ**

по направлению подготовки **38.04.02 Менеджмент**

направленность (профиль) **Маркетинг и брендинг**

1. Инновационные маркетинговые подходы к формированию лояльных потребителей

2. Инновационные инструменты повышения лояльности потребителей на локальном рынке квестов

3. Использование методов моделирования и прогнозирования в изучении поведенческих реакций потребителей

4. Исследование восприятия брендов компаний на российском рынке

5. Исследование кросс-культурных вариаций в поведении потребителей

6. Эффективность интернет-маркетинга организации

7. Эффективность телевизионной рекламы в продвижении бренда

8. Управление маркетингом организации на основе концепции маркетинга взаимоотношений

9. Управление конкурентоспособностью организации на рынке электротехнического оборудования

10. Управление маркетингом взаимоотношений организации на рынке финансово-кредитных услуг

11. Маркетинг впечатлений как инструмент формирования корпоративного бренда

12. Брендинг на рынке товаров промышленного назначения

13. Маркетинг промышленного предприятия: особенности применения и проблемы

14. Маркетинговое исследование поведения потребителей 11.Маркетинговое управление каналами распределения 12.Маркетинговое управление продажами на рынке B2С (В2В)

15. Маркетинговое управление взаимоотношениями с потребителями на рынке В2В

16. Управление маркетингом взаимоотношений организации на рынке B2B

13.Организационно-управленческий механизм ребрендинга организации

14.Повышение ценности бренда с использованием комплекса маркетинговых коммуникаций

15. Методы эффективного управления продажами

16. Особенности разработки ценовой политики компаний различных отраслевых рынков

17. Особенности управления брендом компаний различных отраслевых рынков

18. Повышение конкурентоспособности организации

19. Повышение эффективности системы продаж предприятия на региональном рынке

20. Применение маркетинговых технологий для формирования оптимального ассортимента закупок

21. Применение событийного маркетинга в продвижении товаров и услуг

22. Применение концепции социально-этического маркетинга в

 маркетинговой деятельности организации

23. Продвижение инновационных продуктов на рынке

24. Разработка стратегии экологического маркетинга организации

25. Разработка маркетинговой коммуникационной стратегии предприятия

26. Разработка программы внедрения CRM- системы на предприятии

27. Повышение узнаваемости бренда на рынке товаров класса "люкс"

28. Стимулирование сбыта в розничной торговле

29. Совершенствование внутреннего маркетинга строительной компании с применением цифровых технологий

30. Продвижение федерального бренда на региональном рынке услуг общественного питания

31. Формирование и продвижения гастрономического бренда города Екатеринбурга

32. Управление коммуникационной политикой промышленного предприятия на рынке теплоизоляционных материалов

33. Маркетинговое управление выставочной деятельностью промышленного предприятия на рынке В2В

Маркетингновое управление международной выставочной деятельностью промышленного предприятия

34. Коммуникационная стратегия формирования бренда на рынке жилой недвижимости

35. Разработка маркетинговой стратегии компании на рынке аренды автомобилей Черногории

36. Управление продажами книжной продукции на региональном рынке

37. Управление конкурентоспособностью логистической компании на рынке грузоперевозок

38. Разработка стратегии цифрового маркетинга на региональном рынке цветов

39. Разработка и внедрение стратегии продвижения компании на рынке аутсорсинга персонала

40. Управление продажами на локальном рынке товаров для активного отдыха

41. Формирование маркетинга взаимоотношений на региональном рынке образовательных услуг

42. Управление маркетингом центра детского творчества

43. Продвижение веб-студии в социальных сетях

44. Информационные технологии как инструмент развития программы лояльности на рынке В2С

45. Разработка коммуникационной стратегии образовательного центра в социальных сетях

46.Разработка программы маркетинга инновационного продукта

47.Разработка программы продвижения нового продукта на рынок

48.Разработка стратегии позиционирования нового продукта

49.Разработка стратегии продвижения корпоративного бренда в

социальных медиа

50. Ребрендинг как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия

51. Событийный маркетинг как технология управления отношениями с потребителями

52. Совершенствование системы маркетинговых коммуникаций

53. Совершенствование стратегий интернет-продвижения страховых

54. Стратегическое планирование маркетинга в компании

55. Управление ассортиментной политикой предприятия

56.Управление взаимоотношениями с корпоративными клиентами

57.Управление рекламной деятельностью организации

58.Формирование бренда организации

59.Разработка программы лояльности потребителей организации

60. Исследование отношения потребителей к Product Placement в киноиндустрии

61. Маркетинговое управление продажами на рынке спортивных товаров

62. Оценка восприятия бренда розничной сети потребителями на рынке одежды

63. Управление конкурентоспособностью компании на российском рынке аудиторских услуг

64. Разработка программы продвижения научно-производственной фирмы на зарубежном рынке

65. Применение событийного маркетинга в управлении продажами организации

66. Разработка программы продвижения предприятия розничной торговли в Инстаграм

67. Повышение эффективности маркетинговой деятельности на рынке кредитных продуктов

68. Разработка стратегии продаж на рынке аренды торговых площадей

69. Разработка стратегии продвижения бренда аутсорсингового центра

70. Управление ценообразованием в организации розничной торговли