**Перечень тем выпускных квалификационных работ**

по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент**

направленность (профиль) Маркетинг

1. Совершенствование коммуникационной политики в маркетинговой деятельности организации

2. Маркетинговое управление продажами организации

3. Повышение конкурентоспособности компании

4. Маркетинговое управление взаимоотношениями с потребителями

5. Управление маркетингом в малом бизнесе

6. Внедрении концепции внутриорганизационного маркетинга в организации

7. Разработка программы событийного маркетинга в организации

8. Разработка рекламной кампании в интернете

9. Цифровые коммуникации как способ продвижения организации

10.Управление конкурентоспособностью предприятия

11.Теоретическое и практическое применение принципов планирования маркетинга на предприятии

12.Прогнозирование покупательского спроса в организации

13.Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей

14.Разработка маркетинговой стратегии компании

15.Стратегический маркетинговый анализ предприятия

16.Совершенствование сервисного обслуживания потребителей

17.Маркетинговые исследования как инструмент разработки маркетинговой стратегии компании

18.Разработка стратегического плана маркетинга организации

19 Совершенствование товарной политики организации

21.Совершенствование маркетинговой деятельности организации

22.Применение технологий маркетинга впечатлений на рынке товаров (услуг).

23.Разработка программы маркетинга нового продукта.

24. Совершенствование политики ценообразования организации

25. Повышение эффективности распределительной политики организации

26.Маркетинговые инструменты совершенствования имиджа территории

27.Маркетинговые инструменты повышения эффективности системы продаж организации

28. Совершенствование системы личных продаж

29.Оценка конкурентоспособности предприятия

30.Совершенствование коммуникационной политики в среде интернет- маркетинга

31.Повышение эффективности продаж организации

32.Управление маркетинговыми коммуникациями в интернете

33. Совершенствование рекламной политики организации

34. Повышение конкурентоспособности компании за счет использования инструментов бенчмаркинга

35. Разработка коммуникационной стратегии компании

36. Совершенствование системы внутреннего маркетинга

37.Повышение эффективности рекламной кампании

38. Продвижение услуг предприятия

39. Развитие бренда организации

40. Разработка программы повышения лояльности потребителей к компании/к бренду

41. Разработка модели выхода компании на международный рынок

42. Управление маркетингом компании на основе концепции маркетинга взаимоотношений