

Перечень тем выпускных квалификационных работ студентов программы
магистратуры

Направление 38.04.02 «Менеджмент»

Программа «Маркетинг и брендинг»

1. Инновационные маркетинговые подходы к формированию лояльных потребителей
2. Использование методов моделирования и прогнозирования в изучении поведенческих реакций потребителей
3. Исследование восприятия брендов компаний на российском рынке
4. Исследование кросс-культурных вариаций в поведении потребителей
5. Эффективность интернет-маркетинга организации
6. Управление маркетингом организации на основе концепции маркетинга взаимоотношений
7. Маркетинг впечатлений как инструмент формирования корпоративного бренда
8. Брендинг на рынке товаров промышленного назначения
9. Маркетинг промышленного предприятия: особенности применения и проблемы
10. Маркетинговое исследование поведения потребителей
11. Маркетинговое управление каналами распределения
12. Маркетинговое управление продажами на рынке B2C (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 маркетинга инновационного продукта
27. Разработка программы продвижения нового продукта на рынок
28. Разработка стратегии позиционирования нового продукта
29. Разработка стратегии продвижения корпоративного бренда в социальных медиа
30. Ребрендинг как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия
31. Событийный маркетинг как технология управления отношениями с потребителями
32. Совершенствование системы маркетинговых коммуникаций
Совершенствование стратегий интернет-продвижения страховых
33. Стратегическое планирование маркетинга в компании
34. Управление ассортиментной политикой предприятия
35. Управление взаимоотношениями с корпоративными клиентами
36. Управление рекламной деятельностью организации
37. Формирование бренда организации
38. Разработка программы лояльности потребителей организации

Программа «Международный менеджмент» (на английском языке)

1. Развитие экспортного потенциала машиностроения Российской Федерации / Development of the export potential of the machine tool industry in the Russian Federation
2. Международные маркетинговые исследования / International marketing strategies
3. Конкурентные преимущества транснациональных корпораций в международной торговле / Competitive advantages of TNCs in international trade
4. Кросскультурные аспекты глобальных стратегий / Cultural-Sensitive Global Strategies
5. Развитие малого бизнеса в условиях глобализации / Development of small business in terms of globalization
6. Вклад маркетинга взаимоотношений в деятельность коммерческого предприятия / The contribution of relationship marketing in a commercial enterprise