

**Перечень тем выпускных квалификационных работ,
предлагаемых студентам Института управления, экономики и финансов КФУ,
обучающихся по образовательным программам высшего образования –
программам бакалавриата, программам специалитета на выпуск 2024 год,
по образовательным программам высшего образования –
программам магистратуры 2023 года приема**

**38.03.02 «Менеджмент»
профиль «Маркетинг»**

1. Исследование клиентской базы организации
2. Обоснование выбора целевого сегмента организации
3. Совершенствование сбытовой политики предприятия
4. Совершенствование политики продвижения предприятия
5. Разработка концепции сайта организации и его продвижение
6. Анализ и совершенствование коммуникационной политики предприятия
7. Оптимизация товарного ассортимента предприятия
8. Использование технологий SMM для продвижения товара
9. Анализ и совершенствование технологий продвижения товарной марки
10. Совершенствование комплекса маркетинговых коммуникаций в организации
11. Совершенствование политики продвижения услуг
12. Разработка маркетинговой кампании по удержанию клиентов
13. Управление коммуникациями в социальных медиа
14. Технологии интернет-продвижения продукции и услуг общественного питания
15. Когнитивные исследования поведения потребителя
16. Анализ результатов нейромаркетинговых исследований организации
17. Анализ потребительского опыта на примере банковских услуг
18. Внедрение инструментов нейромаркетинга в организации
19. Анализ эмоционально понятных сервисов: нейромаркетинговое исследование
20. Анализ визуальной убедительности образовательного контента: нейромаркетинговое исследование
21. Анализ эмоционального восприятия бренда
22. Анализ потребительских микросегментов товаров нишевого спроса
23. Анализ потребительских микросегментов товаров повседневного спроса
24. Анализ микросегментов потребительских услуг
25. Анализ поведения различных целевых групп на восприятие потребительской ценности
26. Анализ марочного капитала предприятия
27. Анализ бренда территории
28. Анализ микросегментов объекта индустрии развлечений
29. Формирование и донесение потребительской ценности до целевого сегмента
30. Оценка эффективности и совершенствование рекламной кампании в сети Интернет
31. Совершенствование системы поиска и привлечения клиентов
32. Разработка программы интернет-продвижения продукции предприятия
33. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия
34. Разработка стратегии контент-маркетинга для продвижения организации
35. Разработка стратегии управления клиентским опытом
36. Совершенствование стратегии диджитал- коммуникаций для компании
37. Маркетинговые инструменты и цифровые технологии управления потребительским поведением

38. Совершенствование деятельности предприятия на основе результатов маркетинговых исследований
39. Анализ и разработка визуального контента организации
40. Формирование стратегии контент-маркетинга при продвижении организации
41. Анализ эффективности и совершенствование SMM - продвижения бренда
42. Развитие маркетинговой деятельности предприятия
43. Коммуникационный маркетинг-микс при управлении репутацией организации
44. Формирование голоса бренда в коммуникациях малого бизнеса
45. Совершенствование комплекса маркетинга на предприятии
46. Управление конкурентоспособностью услуги с учетом рыночных изменений
47. Управление конкурентоспособностью товара с учетом рыночных изменений
48. Управление лояльностью в компании с помощью комплекса коммуникаций
49. Сегментация рынка по результатам маркетингового исследования
50. Анализ рыночных возможностей предприятия на целевом рынке
51. Маркетинг влияния: анализ работы с лидерами мнений
52. Управление маркетингом на предприятии сферы услуг
53. Маркетинговые инструменты повышения конкурентоспособности организации
54. Разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия
55. Построение эффективного комплекса маркетинга для субъектов малого бизнеса
56. Совершенствование системы управления продажами на предприятии
57. Омниканальный подход в системе сбыта организации
58. Совершенствование комплекса маркетинга товара
59. Анализ и совершенствование комплекса маркетинга услуги
60. Разработка политики продвижения образовательных услуг
61. Совершенствование маркетинга торгового предприятия
62. Разработка мероприятий по управлению маркетингом организации
63. Совершенствование маркетинга организаций сферы услуг
64. Совершенствование продвижения некоммерческой организации на основе event-маркетинга
65. Использование CRM-маркетинга для повышения эффективности маркетинговых коммуникаций
66. Совершенствование деятельности отдела маркетинга спортивной организации
67. Разработка комплекса маркетинга торгового предприятия