

**Примерная тематика дипломных работ
для студентов специальности 1-26 02 03 «Маркетинг»
на 2024-2025 учебный год**

Все дипломные работы выполняются на примере конкретной организации, которая являлась объектом преддипломной практики студента.

Темы дипломных работ конкретизируются применительно к конкретным рынкам, товарам, специфике деятельности организации.

Тема дипломной работы может быть предложена студентом самостоятельно исходя из специфики и особенностей деятельности организации. Однако при этом тема в обязательном порядке должна быть согласована с научным руководителем дипломной работы и заведующим кафедрой.

1. Управление маркетинговой деятельностью организации и пути его совершенствования
2. Пути совершенствования практики принятия маркетинговых управленческих решений в деятельности организации
3. Повышение эффективности функционирования организации на основе концепции социально-этичного маркетинга
4. Маркетинг взаимоотношений в деятельности организации и пути его совершенствования
5. Маркетинг инноваций в повышении конкурентоспособности организации
6. Возможности и направления совершенствования маркетинговой деятельности организации
7. Формирование и развитие комплекса маркетинга организации
8. Инновационные инструменты повышения эффективности маркетинговой деятельности организации
9. Оценка и пути совершенствования маркетинговой деятельности организации-производителя потребительских товаров
10. Оценка и пути совершенствования маркетинговой деятельности организации-производителя товаров производственного назначения
11. Оценка и пути совершенствования маркетинговой деятельности организации на рынке туристических услуг
12. Оценка и пути совершенствования маркетинговой деятельности организации на рынке гостиничных услуг
13. Оценка и пути совершенствования маркетинговой деятельности организации на рынке санаторно-курортных услуг
14. Оценка и пути совершенствования маркетинговой деятельности организации на рынке медицинских услуг
15. Оценка и пути совершенствования маркетинговой деятельности организации на рынке банковских и финансовых услуг

16. Оценка и пути совершенствования маркетинговой деятельности организации на рынке логистических услуг
17. Оценка и пути совершенствования маркетинговой деятельности организации на рынке транспортных услуг
18. Оценка и пути совершенствования маркетинговой деятельности организации на рынке образовательных услуг
19. Оценка и пути совершенствования маркетинговой деятельности организации на рынке услуг общественного питания
20. Оценка и пути совершенствования маркетинговой деятельности организации на рынке услуг розничной торговли
21. Оценка и пути совершенствования маркетинговой деятельности организации на рынке рекламных услуг
22. Оценка и пути совершенствования маркетинговой деятельности организации на рынке телекоммуникационных услуг
23. Оценка и пути совершенствования маркетинговой деятельности организации на рынке бытовых услуг
24. Оценка и пути совершенствования маркетинговой деятельности организации на рынке недвижимости
25. Оценка и пути совершенствования практики планирования маркетинговой деятельности организации
26. Формирование маркетинговой стратегии развития организации
27. Маркетинговое обоснование развития инновационной деятельности организации
28. Возможности и направления совершенствования маркетинговой деятельности организации на основе использования современных CRM-технологий
29. Формирование и развитие клиенториентированного подхода в маркетинговой деятельности организации
30. Возможности и направления совершенствования маркетинговой деятельности организации на основе использования технологий и инструментов искусственного интеллекта
31. Цифровой маркетинг и направления совершенствования его использования в маркетинговой деятельности организации
32. Пути совершенствования информационного обеспечения маркетинговой деятельности организации
33. Формирование и развитие маркетинговой информационной системы организации
34. Пути повышения эффективности использования современных интернет-технологий при проведении организацией маркетинговых исследований
35. Оценка и пути повышения эффективности маркетинговых исследований в организации
36. Разработка направлений совершенствования проведения маркетинговых исследований конкурентной среды организации

37. Исследование особенностей поведения покупателей на рынке товаров
38. Возможности и направления совершенствования маркетинговой деятельности организации на основе мотивационного анализа поведения потребителей
39. Разработка маркетинговой программы повышения лояльности потребителей
40. Возможности и направления повышения эффективности функционирования организации на основе маркетинговых исследований конъюнктуры рынка
41. Возможности и направления повышения эффективности функционирования организации на основе исследования среды маркетинга
42. Возможности и направления повышения эффективности функционирования организации на основе исследования конкурентов
43. Разработка конкурентной стратегии организации и маркетинговых инструментов ее реализации
44. Сегментация рынка в маркетинговой деятельности организации
45. Совершенствование практики использования концепции позиционирования в маркетинговой деятельности организации на целевом рынке
46. Формирование и развитие товарной политики организации
47. Управление товарным ассортиментом в маркетинговой деятельности организации и пути его совершенствования
48. Концепция жизненного цикла товара и пути повышения эффективности ее использования в маркетинговой деятельности организации
49. Формирование и развитие марочной политики организации
50. Обоснование направлений совершенствования маркетинговой деятельности по продвижению торговых марок организации на рынок
51. Управление торговой маркой на основе на основе технологий и инструментов бренд-менеджмента
52. Формирование комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций организации, направленных на продвижение новой торговой марки на рынок
53. Разработка концепции и идентификаторов корпоративного бренда
54. Формирование комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций организации, направленных на продвижение корпоративного бренда
55. Разработка брендбука в системе бренд-менеджмента организации
56. Пути совершенствования маркетинговой деятельности организации по разработке и внедрению на рынок новых товаров
57. Разработка концепции упаковки в товарной политике организации
58. Оценка и пути совершенствования сервисного обслуживания потребителей в маркетинговой деятельности организации
59. Оценка и пути повышения эффективности ценовой политики организации

60. Формирование эффективной ценовой политики организации при внедрении на рынок новых товаров
61. Ценовые стратегии и пути повышения эффективности их использования в маркетинговой деятельности организации
62. Оценка и пути повышения эффективности сбытовой политики организации
63. Формирование и развитие товаропроводящей сети организации
64. Оценка и пути совершенствования фирменной торговли в маркетинговой деятельности организации
65. Обоснование направлений повышения эффективности использования электронной торговли в маркетинговой деятельности организации
66. Обоснование направлений повышения эффективности использования логистики в маркетинговой деятельности организации
67. Оценка и пути повышения эффективности коммуникационной политики организации
68. Развитие маркетинговой деятельности организации на основе инновационных технологий интегрированных маркетинговых коммуникаций
69. Формирование и развитие клиентоориентированного подхода в маркетинговых коммуникациях организации
70. Разработка рекламной кампании по внедрению нового товара на рынок
71. Оценка и пути повышения эффективности рекламной деятельности организации
72. Разработка рекламной кампании организации и оценка ее эффективности
73. Совершенствование медиа-планирования в рекламной деятельности организации
74. Рекламные исследования в организации и пути их совершенствования
75. Инновационные технологии в рекламной деятельности организации
76. Возможности и направления использования социальных сетей в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций организации
77. Изучение поведения потребителей и использование его результатов в рекламной деятельности организации
78. Рекламное обеспечение продвижения товаров организации на рынок
79. Совершенствование рекламной деятельности организации на основе инновационных информационно-коммуникационных технологий
80. Оценка и пути повышения эффективности использования инструментов прямого маркетинга в деятельности организации
81. Совершенствование управления персональными продажами в маркетинговой деятельности организации

82. Оценка и пути повышения эффективности маркетинговой деятельности организации по стимулированию сбыта
83. Оценка и пути повышения эффективности маркетинговой деятельности организации по связям с общественностью
84. Формирование и развитие фирменного стиля организации
85. Оценка и пути повышения эффективности участия организации в выставочно-ярмарочных мероприятиях
86. Мерчендайзинг и пути повышения эффективности его использования в маркетинговой деятельности организации
87. Совершенствование маркетинговой деятельности организации на внешнем рынке
88. Пути совершенствования международной рекламной деятельности организации
89. Инновационные маркетинговые технологии продвижения товаров организации на внешние рынки
90. Логистика в маркетинговой деятельности организации на внешнем рынке