**Примерная тематика выпускных квалификационных работ по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент профиль «Маркетинг»**[[1]](#footnote-1)

* 1. Анализ и совершенствование маркетинговой политики организации (на конкретном примере).
  2. Анализ и совершенствование маркетинговой стратегии организации (на конкретном примере).
  3. Анализ и совершенствование управления маркетинговой деятельностью организации (на конкретном примере).
  4. Анализ и совершенствование организационно-правового обеспечения деятельности маркетинговой службы организации (на конкретном примере).
  5. Маркетинговые исследования как средство повышения конкурентоспособности организации и её продукции на рынке (на конкретном примере).[[2]](#footnote-2)
  6. Анализ и совершенствование маркетингового планирования в организации (на конкретном примере).
  7. Анализ и совершенствование управления продуктовым портфелем организации (на конкретном примере).
  8. Анализ и совершенствование управления сервисной деятельностью организации (на конкретном примере).
  9. Анализ и совершенствование управления клиентоориентированной политикой организации (на конкретном примере).
  10. Разработка (*или* Совершенствование) ценовой стратегии организации (на конкретном примере).
  11. Анализ и совершенствование управления ценовой политикой организации (на конкретном примере).
  12. Анализ и совершенствование управления сбытовой деятельностью организации (на конкретном примере).
  13. Анализ и совершенствование управления маркетинговыми коммуникациями в организации (на конкретном примере).
  14. Исследование и совершенствование управления рекламной деятельностью в организации (на конкретном примере).
  15. Совершенствование управления рекламной кампанией организации (на конкретном примере).
  16. Анализ и совершенствование системы связей с общественностью организации (на конкретном примере).
  17. Анализ и совершенствование системы управления продвижением продукции организации (на конкретном примере).
  18. Анализ и совершенствование маркетингового контроля в организации (на конкретном примере).

1. При выборе тем по данному профилю следует руководствоваться пониманием того, что основная подготовка студентов ведется по направлению «Менеджмент». Следовательно, в названии тем и содержании выпускных квалификационных работ необходимо отразить, в первую очередь, управленческие аспекты, связанные с организацией и проведением маркетинговой деятельности современных компаний, а именно: выбор новой конкурентной стратегии; совершенствование организационной структуры предприятия в целом или его маркетинговой службы в частности; разработка концепции управления маркетингом; маркетинговое планирование; маркетинг менеджмент; управление персоналом,занимающимся выполнением маркетинговых функций; применение новых информационных и коммуникационных технологий в работе маркетинговых служб; совершенствование организационно-правового обеспечения маркетинговой деятельности (положения о подразделениях, должностные инструкции руководителей и специалистов, правила работы с клиентами); маркетинговый контроль. [↑](#footnote-ref-1)
2. Данная тема предполагает проведение конкретного самостоятельного маркетингового исследования, представление его результатов, их соответствующую интерпретацию и, как итог, определение путей, направленных на повышение эффективности управления маркетингом в организации на основе информации, полученной в ходе проведения данного маркетингового исследования. [↑](#footnote-ref-2)