

**Тематика дипломных работ  
для специальности 080111.65 «Маркетинг»**

1. Анализ ассортиментной политики предприятия и возможности ее улучшения (на примере...)
2. Анализ выставочно-ярмарочной деятельности в системе региона
3. Анализ и особенности маркетинговой деятельности сельхозпредприятий.
4. Анализ использования маркетинговых инструментов в бизнес-планировании (на примере...)
5. Анализ конкурентоспособности предприятия и перспективы ее повышения (на примере...)
6. Анализ маркетинговой деятельности предприятия с использованием матричных методов (на примере...)
7. Анализ маркетинговой деятельности предприятия, входящего в структуру интегрированного холдинга (на примере...)
8. Анализ маркетинговой деятельности промышленного предприятия (на примере...)
9. Анализ реализации национального проекта «Развитие АПК» в Курской области. Проблемы и их решение.
10. Анализ ценовой политики предприятия и возможности её улучшения (на примере...)
11. Ассортиментно-ценовая политика как фактор конкурентоспособности организации (на примере...)
12. Аутсорсинг в системе маркетинга предприятия (на примере...)
13. Внутрифирменный маркетинг (на примере...)
14. Выставочно-ярмарочная деятельность предприятия (на примере)
15. Изучение и разработка маркетинговой стратегии туризма в Курской области.
16. Имидж компании как стратегическое направление территориального маркетинга.
17. Иностраные маркетинговые компании на российском рынке.
18. Комплекс маркетинга при продвижении монобрендового магазина (бутика)
19. Комплекс маркетинговых исследований предприятия, работающего на рынке b-2-b
20. Комплекс маркетинговых исследований предприятия, работающего на рынке b-2-c
21. Конкурентная стратегия аутсайдера отрасли. Возможности и ограничения
22. Конкурентная стратегия лидера отрасли
23. Малозатратный маркетинг: проблемы и возможности
24. Маркетинговая логистика как система управления ценностным потоком
25. Маркетинговое планирование предприятия на рынке товаров повседневного спроса
26. Маркетинговые инструменты повышения стоимости предприятия (на примере...)
27. Маркетинговые инструменты повышения ценности товара (услуги) в глазах потребителей (на примере...)
28. Мерчандайзинг в комплексе маркетинга торгового предприятия (на примере...)
29. Мотивация труда работников сельскохозяйственных организаций.
30. Обоснование прогнозов развития сельских территорий (поселений) в Курской области.
31. Оптимизация размеров сельскохозяйственных организаций (агрохолдинги, агрофирмы, крестьянские (фермерские) и личные подсобные хозяйства).
32. Оптимизация имиджа компании (на примере...)
33. Оптимизация системы маркетинговых коммуникаций (на примере...)
34. Особенности комплекса маркетинга в продвижении товаров предварительного выбора (мебель, бытовая техника, одежда, обувь)
35. Особенности комплекса маркетинга при реализации маркетинговой стратегии (на примере...)
36. Особенности управления маркетингом предприятия-посредника
37. Оценка воспринимаемого потребителем качества транспортных услуг
38. Перспективы и проблемы вхождения сельского хозяйства России в ВТО (на примере Курской области).

39. Поведение потребителей на рынке бытовой техники
40. Позиционирование региона на национальном и международном уровнях (на примере Курской области)
41. Применение фокус-групп в комплексе маркетинговых исследований при планировании нового продукта на потребительском рынке
42. Применение экспертных интервью в комплексе маркетинговых исследований при планировании нового продукта на потребительском рынке
43. Программа продвижения бренда на рынке b-2-b
44. Программа продвижения бренда на рынке b-2-c
45. Программа усиления позиции персонального бренда (на примере...)
46. Прямые продажи как средство оптимизации системы маркетинговых коммуникаций предприятия
47. Развитие внутривладельческих экономических отношений на сельскохозяйственных предприятиях.
48. Разработка бизнес-плана открытия филиала компании, работающей в сфере торговли
49. Разработка маркетинговой стратегии предприятия индустрии гостеприимства (туристическая фирма, гостиница, кемпинг)
50. Разработка маркетинговой стратегии учреждения сферы культуры (музей, дом-музей, заповедник)
51. Разработка медиа-стратегии для конкретного продукта (на примере...)
52. Разработка новой услуги
53. Разработка оптимальной розничной цены для продукта (на примере производственной компании)
54. Разработка программы взаимодействия с потребителями на рынке страховых услуг
55. Разработка программы лояльности компании, работающей в сфере...(потребительский рынок)
56. Разработка программы стимулирования сбыта продукта
57. Риски при внедрении маркетинговой стратегии предприятия
58. Сбытовая политика предприятия, работающего в сфере промышленных товаров
59. Сбытовая политика предприятия, работающего в сфере розничной торговли
60. Синдицированные маркетинговые исследования: перспективы российского рынка синдицированных услуг
61. Система маркетинговых коммуникаций на предприятии (на примере...)
62. Состояние, проблемы и пути совершенствования развития малого бизнеса на селе.
63. Стратегия вывода на рынок услуги.
64. Товарная политика промышленного предприятия (на примере...)
65. Управление товаром в оптовой торговле (на примере...)
66. Управление товаром в промышленном маркетинге (на примере...)
67. Управление товаром в розничной торговле (на примере...)
68. Формирование и развитие имиджа города как стратегическое направление территориального маркетинга
69. Формирование и развитие информационно-консультативных служб.
70. Ценовая стратегия предприятия, работающего на высококонкурентном рынке.