

Протокол № 3 от 01.11.2017 г.

Примерный перечень тем ВКР
Направление подготовки 38.03.06 «Торговое дело»
Профиль «Маркетинг в торговой деятельности»

1. Анализ внешней среды функционирования фирмы (на примере конкретного предприятия).
2. Изучение потребительских предпочтений на товарном рынке и разработка рекомендаций для его операторов (на примере конкретного товарного рынка).
3. Оценка и прогнозирование конъюнктуры регионального рынка (на примере конкретного товарного рынка).
4. Анализ состояния и тенденций развития международного товарного рынка (на примере конкретного товарного рынка).
5. Исследование товарного рынка и разработка рекомендаций для конкретного предприятия (на примере конкретного предприятия).
6. Моделирование маркетинговой информационной системы (на примере конкретного предприятия).
7. Оптимизация деятельности предприятия на основе внедрения Internet-технологий.
8. Оценка конкурентоспособности торговой (строительной, туристской, производственной и пр.) фирмы.
9. Оценка эффективности рекламной деятельности предприятия (на примере конкретного предприятия).
10. Формирование имиджа предприятия (на примере конкретного предприятия).
11. Разработка маркетинговой программы (на примере конкретного предприятия).
12. Разработка мероприятий целевого маркетинга для предприятия.
13. Формирование коммуникационной политики предприятия.
14. Разработка стратегии и тактики рекламной деятельности предприятия (на примере конкретного предприятия).
15. Формирование сбытовой политики предприятия (на примере конкретного предприятия).
16. Разработка стратегии позиционирования предприятия (на примере конкретного предприятия).
17. Формирование ассортиментной политики предприятия (на примере конкретного предприятия).
18. Формирование товарной политики предприятия (на примере конкретного предприятия).
19. Разработка маркетинговой стратегии международной компании на российском рынке.
20. Управление личными продажами в торговой фирме (на примере конкретного предприятия).
21. Управление службой маркетинга (на примере конкретного предприятия).
22. Управление службой сервиса торгового предприятия (на примере конкретного предприятия).
23. Формирование ценовой политики фирмы (на примере конкретного предприятия).
24. Анализ потребительских предпочтений и сегментирование рынка (на примере конкретного рынка).
25. Анализ и учёт рисков при управлении маркетингом (на примере конкретного рынка или предприятия).
26. Разработка стратегии маркетинга на основе SWOT- анализа (на примере конкретного предприятия).
27. Формирование программы лояльности потребителей (на примере конкретного предприятия).