

**Примерные рекомендуемые темы дипломных работ для студентов
специальности 080105 «Маркетинг»**

1. Анализ конъюнктуры товарного рынка (на примере предприятия «X»).
2. Анализ эффективности рекламных компаний (на примере предприятия «X»).
3. Выбор и анализ средств рекламы товаров (на примере предприятия «X»).
4. Выбор каналов распространения рекламной информации (на примере предприятия «X»).
5. Использование ресурсов интернет в маркетинговой деятельности фирмы.
6. Конъюнктурный анализ рынка (на примере предприятия «X»).
7. Моделирование маркетинговой деятельности (на примере предприятия «X»).
8. Моделирование поведения покупателей (на примере предприятия «X»).
9. Организация и анализ товарной рекламы (на примере предприятия «X»).
10. Организация и планирование публичных отношений (на примере предприятия «X», рекламного агентства «X»).
11. Организация и управление маркетингом в коммерческой деятельности (на примере предприятия «X»).
12. Организация и управление рекламой в коммерческой деятельности (на примере предприятия «X»).
13. Организация маркетинговых исследований (на примере предприятия «X»).
14. Организация управления международной маркетинговой деятельностью фирмы (на примере предприятия «X»).
15. Оценка собственного потенциала фирмы и ее конкурентоспособности (на примере предприятия «X»).
16. Пути совершенствования управления рекламной деятельностью (на примере фирмы).
17. Разработка и реализация бизнес-плана на предприятии.
18. Разработка комплексной маркетинговой коммуникации.
19. Рекламная поддержка стратегии конкуренции (на примере предприятия «X»).
20. Совершенствование анализа поведения потребителей при определении стратегии фирмы (на примере предприятия «X»).
21. Совершенствование банковского обслуживания и реклама в банке (на примере банка «X»).
22. Совершенствование информационного обеспечения маркетинга (на примере предприятия «X»).
23. Совершенствование маркетинговой информационной системы фирмы (на примере предприятия «X»).

24. Совершенствование механизмов и способов влияния на поведение покупателей (на примере предприятия «Х»).
25. Совершенствование товарной политики организации (на примере предприятия «Х»).
26. Стратегический анализ рынка (на примере предприятия «Х»).
27. Разработка стратегии внедрения новшеств (на примере предприятия «Х»).
28. Разработка стратегии дифференциации продукции (на примере предприятия «Х»).
29. Стратегия немедленного реагирования на потребности рынка (на примере рынка).
30. Управление жизненным циклом товаров (на примере предприятия «Х»).
31. Управление качеством продукции (на примере предприятия «Х»).
32. Управление конкурентоспособностью товара (на примере предприятия «Х»).
33. Управление маркетинговым потенциалом предприятия (на примере предприятия «Х»).
34. Управление публич-релейшнз в рекламной деятельности (на примере предприятия «Х»).
35. Управление стимулированием сбыта в организации (на примере предприятия «Х»).
36. Управление функциями маркетинговой деятельности предприятия (на примере предприятия «Х»).
37. Формирование ассортиментной политики на предприятии (на примере предприятия «Х»).
38. Разработка стратегии маркетинга на предприятии (на примере предприятия «Х»).
39. Маркетинговое исследование рынка (на примере предприятия «Х»).
40. Разработка системы управления маркетингом предприятия (на примере предприятия «Х»).
41. Создание и функционирование маркетинговой службы на предприятии (на примере предприятия «Х»).
42. Разработка плана маркетинга на предприятии (на примере предприятия «Х»).
43. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия (на примере предприятия «Х»).
44. Разработка стратегии позиционирования товара на рынке (на примере предприятия «Х»).
45. Разработка бизнес-плана нового вида продукции для предприятия (на примере предприятия «Х»).
46. Организация рекламной деятельности фирмы (на примере предприятия «Х»).
47. Формирование ценовой политики предприятия (на примере предприятия «Х»).

48. Разработка фирменного стиля предприятия (на примере предприятия «X»).
 49. Формирование имиджа предприятия (на примере предприятия «X»).
 50. Повышение эффективности продвижения товаров на рынок (на примере предприятия «X»).
 51. Анализ рынка товаров (услуг) и разработка программы маркетинга по увеличению объема продаж предприятия (на примере предприятия «X»).
 52. Изучение покупательского поведения на рынке...
 53. Анализ маркетинговой среды предприятия (на примере предприятия «X»).
 54. Исследование и анализ рынка (товара) г. N
 55. Разработка эффективной рекламной кампании предприятия (на примере предприятия «X»).
 56. Анализ поведения потребителей (на примере предприятия «X» или рынка N).
 57. Механизм сегментирования и позиционирования товара (на примере предприятия «X»).
 58. Организация и совершенствование рекламной деятельности (на примере предприятия «X»).
 59. Формирование торгового ассортимента (на примере предприятия «X»).
 60. Разработка эффективной коммуникативной компании (на примере предприятия «X»).
 61. Оценка конкурентоспособности предприятия (на примере предприятия «X»).
 62. Организация и совершенствование коммуникативной деятельности предприятия (на примере предприятия «X»).
 63. Разработка мер по повышению конкурентоспособности предприятия (на примере предприятия «X»).
 64. Повышение эффективности сбытовой политики на предприятии (на примере предприятия «X»).
 65. Пути повышения эффективности маркетинговой деятельности на предприятии (на примере предприятия «X»).
- Разработка программы маркетинга (на примере предприятия «X»).