**Утверждено**

УМБ ВШФМ

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ К. Абдыхалыков

от «\_\_\_\_» \_\_\_\_2015 г., № \_\_\_

**ТЕМАТИКА ДИПЛОМНЫХ РАБОТ**

**для студентов специальности 5В051100 - «Маркетинг»**

**на 2015-2016 учебный год**

1. Бенчмаркинг в деятельности компании
2. Вирусный маркетинг в продвижении товаров (услуг)
3. Ивент-маркетинг в деятельности компании
4. Инновационные технологии в рекламной деятельности компании
5. Инновационный маркетинг в системе управления предприятием
6. Интерактивный маркетинг в системе управления предприятием
7. Интернет-маркетинг в деятельности компании
8. Интернет-реклама в деятельности компании
9. Исследование конкурентоспособности фирмы
10. Исследование конкуренции на рынке (на примере конкретного рынка)
11. Исследование поведения потребителей (на примере конкретного товарного рынка)
12. Исследование рынка рекламных услуг в РК
13. Коммуникационная политика фирмы
14. Маркетинг в социальной сфере
15. Маркетинг в сфере информационных технологий
16. Маркетинг в сфере образовательных услуг
17. Маркетинг гостиничных услуг
18. Маркетинг жилищно-коммунальных услуг
19. Маркетинг инновационных проектов
20. Маркетинг информационных услуг
21. Маркетинг культурно-досуговой сферы
22. Маркетинг на рынке В2В
23. Маркетинг некоммерческих услуг
24. Маркетинг предприятий индустрии гостеприимства
25. Маркетинг предприятий нефтегазового сектора
26. Маркетинг предприятий общественного питания
27. Маркетинг предприятий розничной торговли
28. Маркетинг ресторанных услуг
29. Маркетинг санаторно-курортных услуг
30. Маркетинг спортивно-оздоровительных услуг
31. Маркетинг страховых услуг
32. Маркетинг торгово-развлекательных услуг
33. Маркетинг транспортных услуг
34. Маркетинг туристских услуг
35. Маркетинг финансовых услуг
36. Маркетинг-микс в деятельности компании
37. Маркетинговая деятельность предприятий банковской сферы РК
38. Маркетинговая деятельность промышленного предприятия
39. Маркетинговая деятельность на основе BTL – технологий
40. Маркетинговая деятельность консалтинговых компаний
41. Маркетинговая деятельность на рынке строительной индустрии
42. Маркетинговая деятельность на рынке строительных товаров
43. Маркетинговая деятельность предприятий киноиндустрии
44. Маркетинговая деятельность предприятий оптовой торговли
45. Маркетинговая деятельность рекламного агентства
46. Маркетинговая деятельность фармацевтической компании
47. Маркетинговая логистика в деятельности компании
48. Маркетинговое управление системой СRМ на предприятии
49. Маркетинговой аудит в практике современных организаций
50. Маркетинговые исследования конкурентоспособности товара
51. Маркетинговые исследования конкурентоспособности фирмы
52. Маркетинговые исследования рынка выставочных услуг
53. Маркетинговые исследования рынка потребительских товаров
54. Маркетинговые исследования рынка товаров производственного назначения
55. Медиапланирование в деятельности компании
56. Мерчендайзинг в деятельности торговой организации
57. Обеспечение конкурентоспособности товара (на примере конкретного товара)
58. Организация BTL-мероприятий в продвижении товаров (услуг)
59. Организация PR-деятельности компании
60. Организация АTL-мероприятий на предприятии
61. Организация выставочной деятельности компании
62. Организация деятельности рекламного агентства
63. Организация директ-маркетинга на предприятии
64. Организация и проведение рекламной кампании на предприятии
65. Организация и стимулирование сбыта продукции на предприятии
66. Организация маркетинговой деятельности в системе франчайзинга
67. Организация маркетинговой деятельности на предприятии
68. Организация маркетинговой деятельности торгового предприятия
69. Организация маркетинговых исследований на предприятии
70. Организация мерчендайзинга в розничной торговле
71. Организация рекламной деятельности компании
72. Организация сбыта товаров/продукции (на примере конкретного товара)
73. Организация сбытовой деятельности на предприятии
74. Организация сетевого маркетинга
75. Особенности организации маркетинга в сфере образовательных услуг
76. Особенности организация маркетинга в сфере услуг
77. Оценка конкурентоспособности товара (на примере конкретного рынка)
78. Партизанский маркетинг в деятельности компании
79. Планирование и реализация PR-мероприятий на предприятии
80. Планирование и реализация коммуникационной политики предприятия
81. Повышение конкурентоспособности организации в современных условиях
82. Политика продвижения в деятельности компании
83. Продвижение торговой марки на рынке в условиях кризиса
84. Разработка ассортиментной стратегии предприятия
85. Разработка и выведение нового продукта/товара/услуги на рынок
86. Разработка и продвижение торговой марки на рынок
87. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций на предприятии
88. Разработка маркетинговой стратегии предприятия
89. Разработка программы лояльности потребителей на предприятии
90. Разработка программы стимулирования сбыта гостиничных услуг в условиях кризиса
91. Разработка программы стимулирования сбыта продукта/товара/услуги
92. Разработка стратегии позиционирования на предприятии
93. Разработка стратегии продвижения торговой марки на рынок
94. Разработка стратегии сегментирования рынка
95. Разработка ценовой стратегии на предприятии
96. Сбытовая политика фирмы
97. Современное состояние и тенденции развития франчайзинга в РК
98. Современные рекламные технологии в деятельности компании
99. Состояние и перспективы развития деятельности рекламного агентства
100. Стратегия выведения новой торговой марки на рынок
101. Стратегия выхода фирмы на международный рынок
102. Стратегия и тактика фирмы при выводе нового товара на рынок
103. Товарная политика предприятия
104. Управление ассортиментным портфелем предприятия
105. Управление жизненным циклом товара на предприятии
106. Управление маркетингом в рекламном агентстве
107. Управление маркетингом взаимоотношений с клиентами
108. Управление рекламной деятельностью на предприятии
109. Управление торговыми марками на предприятии
110. Управления маркетинговой деятельностью организации
111. Формирование конкурентной стратегии предприятия
112. Формирование стратегии продвижения продукта на рынке В2В
113. Формирование стратегии продвижения продукта на рынке В2С
114. Формирование стратегии управления брендом на рынке
115. Ценовая политика предприятия
116. Инновационные подходы в маркетинговой деятельности компании
117. Организация маркетинговой деятельности в сфере банковских услуг
118. Организация маркетинговых исследований на предприятии
119. Нейромаркетинг в деятельности компании
120. Маркетинг предприятий нефтегазового сектора
121. Исследование конкуренции на рынке медицинских услуг
122. Интернет маркетинг в деятельности торгового предприятия
123. Организация сбыта и продвижения автомобилей на рынке Республики Казахстан
124. Организация маркетинговых исследовании на рынке потребительских товаров

Рассмотрено на заседании кафедры «Менеджмент, предпринимательство и

маркетинг» 25.08.2015 г., протокол № 1

Зав. кафедрой «Менеджмент, предпринимательство и

маркетинг»,

к.э.н., доцент О. Залучёнова