

Министерство образования и науки Российской Федерации
Государственное образовательное автономное учреждение
высшего образования
«Сибирский федеральный университет»
Торгово-экономический институт

Кафедра торгового дела и маркетинга

**ТЕМАТИКА
ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ
ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ
38.03.06 «ТОРГОВОЕ ДЕЛО»
ПРОФИЛЬ 38.03.06.02 «МАРКЕТИНГ В ТОРГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» НА 2017-2018 УЧЕБНЫЙ ГОД**

КРАСНОЯРСК 2018

Тематика выпускных квалификационных работ бакалавров направления подготовки 38.03.06 Торговое дело 38.03.06.02 профиль Маркетинг в торговой деятельности

1. Маркетинговые исследования в формировании стратегии развития регионального товарного рынка (на примере отдельных товарных групп)
2. Маркетинговые исследования регионального товарного рынка (на примере отдельных товарных групп)
3. Реализация концепции стратегического маркетинга на предприятии (на материалах предприятия)
4. Маркетинговые исследования в формировании товарной (сбытовой, ценовой, коммуникационной) стратегии предприятия (на материалах предприятия)
5. Разработка стратегии маркетинговой деятельности предприятия (на материалах предприятия)
6. Разработка стратегии выхода на новый рынок (на материалах предприятия)
7. Формирование товарной (сбытовой, ценовой, коммуникационной) стратегии предприятия (на материалах предприятия)
8. Анализ конкурентной среды отрасли (предприятия)
9. Разработка конкурентной стратегии предприятия (на материалах предприятия)
10. Оценка конкурентной позиции предприятия (на материалах предприятия)
11. Обоснование системы конкурентных преимуществ предприятия (на материалах предприятия)
12. Разработка стратегии управления брендом предприятия
13. Анализ характеристик целевых аудиторий для обоснования платформы бренда предприятия
14. Проектирование digital – стратегии предприятия
15. Формирование программы digital продвижения маркетингового проекта
16. Разработка программы лояльности предприятия
17. Анализ системы управления маркетингом на предприятии и направления ее совершенствования (на материалах предприятия)
18. Анализ и оценка эффективности рекламной деятельности фирмы (на материалах предприятия)
19. Позиционирование товара в рыночной стратегии предприятия (на материалах предприятия)
20. Управление товарным ассортиментом и качеством товара в условиях конкурентного рынка (на материалах предприятия)
21. Исследование потребительского спроса и управление системой покупательских предпочтений (на примере отдельных товарных групп)
22. Исследование спроса в формировании стратегии товарной (ценовой, сбытовой, коммуникационной. Конкурентной и др.) стратегии предприятия (на материалах предприятия)
23. Система стимулирования сбыта предприятия и пути ее оптимизации (на материалах предприятия)
24. Ситуационный анализ внутренней среды предприятия (на материалах предприятия)

25. Ситуационный анализ внешней среды предприятия (на материалах предприятия)
26. Анализ и оценка конкурентоспособности товара (на примере товарной группы)
27. Анализ и оценка конкурентоспособности предприятия (на материалах предприятия)
28. Проектирование и управление элементами комплекса маркетинга на предприятии (на материалах предприятия)
29. Стратегическая сегментация рынка предприятия (на материалах предприятия)
30. Планирование маркетинга на предприятии (на материалах предприятия)
31. Система маркетинговой информации в формировании стратегии развития предприятия (на материалах предприятия)
32. Организация службы маркетинга на предприятии (на материалах предприятия)
33. Анализ рынка сбыта при разработке бюджета маркетинговой деятельности (на материалах предприятия)
34. Сегментирование рынка продукции потребительского назначения (на примере отдельных товарных групп)
35. Анализ и оценка сервисной деятельности предприятия (на материалах предприятия)
36. Моделирование поведения потребителей на товарном рынке (на примере данных товарных рынков)
37. Маркетинговые технологии в формировании регионального рынка (на примере товарного рынка)
38. Маркетинговые исследования в формировании интеграционных стратегий региональных товарных рынков (на примере региональных данных)
39. Маркетинговые исследования в разработке стратегии развития структуры товарных рынков (на примере региональных данных)
40. Стратегическое управление продуктом: концепция лидерства предприятия (на материалах предприятия)
41. Стратегический анализ как обоснование направлений развития предприятия (на материалах предприятия)
42. Разработка и реализация экономической стратегии предприятия (на материалах предприятия)
43. Формирование сбытовых систем продукции региональных товаропроизводителей
44. Формирование стратегии продвижения продукции местных товаропроизводителей на региональный и внешний рынки
45. Маркетинговые технологии развития предприятий сетевой торговли
46. Тема НИР студента по согласованию научного руководителя и зав. кафедрой ТДиМ

РАЗРАБОТАЛИ: Сулова Ю.Ю. – д.э.н., профессор, Щербенко Е.В. - д.э.н., профессор, Алешина О.Г. – канд. экон. наук, доцент, Юшкова Л.В. – канд. экон. наук, доцент, Веремеенко О.С. – ст. преподаватель.

РЕЦЕНЗЕНТЫ: Куимов В.В. - д.э.н., профессор, Ананьева Н.В. канд. экон. наук, доцент.

Утверждено на заседании кафедры торгового дела и маркетинга от 26 декабря 2016 г. (Протокол № 10).

Зав. кафедрой торгового дела
и маркетинга



Ю. Ю. Сулова

Генеральный директор
ООО «Сибирская инвестиционная
группа»



В. В. Брюханов