

ПРИМЕРНЫ ТЕМЫ ВКР

43.03.01 Сервис, направленность (профиль) программы: Цифровой маркетинг и бизнес-аналитика

1. Цепочка создания ценностей как основание современного маркетинга
2. Маркетинг 3.0: новые отличительные черты современного маркетинга
3. Новые вызовы и релевантность современного маркетинга
4. Маркетинг на формирующихся рынках: основные отличия и модели управления
5. Разработка маркетинговой стратегии фирмы
6. Разработка рекомендаций по формированию и совершенствованию стратегических маркетинговых решений компании в части выбора и обоснования (вариантов каналов распределения и сбыта, товарной политики, ценовой политики, политики коммуникаций)
7. Исследование возможностей повышения эффективности маркетинговой деятельности компании, работающей на рынке B2B
8. Исследование маркетинговых аспектов развития компании
9. Исследование и разработка стратегии маркетинга при бизнес-планировании (развития фирмы, создания нового бизнеса и т.д.)
10. Методические аспекты маркетингового обеспечения бизнес-планирования
11. Маркетинг, ориентированный на стоимость: возможности и особенности использования в компаниях, производящих товары и услуги для бизнеса.
12. Исследование и учёт рисков при управлении маркетингом
13. Исследование эффективности затрат на маркетинг организаций, работающих на рынках B2B
14. Управление разработкой, факторы успеха и риски создания новых товаров и услуг для бизнеса.
15. Управление взаимоотношениями с клиентами и партнерами (поставщиками, дилерами ...)
16. Исследование условий, проблем, особенностей, результатов и перспектив развития инновационных межфирменных сетей, кластеров (в России, в регионах России, в других странах мира).
17. Анализ конкурентной среды компании: структурные характеристики рынка, конкурентные стратегии.
18. Конкурентное преимущество компании: методы выявления, пути использования в конкурентной борьбе.
19. Разработка портфеля маркетинговых метрик компании
20. Системы контроля достижений целей в стратегическом управлении компанией
21. Выбор направления развития организации на основе формирования модели компетенций на примере ...
22. Разработка комплекса организационных мероприятий по повышению эффективности маркетинговой деятельности компании на примере
23. Совершенствование управления бизнесом на основе маркетинговых метрик
24. Разработка маркетинговой стратегии фирмы на развивающемся рынке на примере
25. Совершенствование механизма принятия решений при формировании ассортимента продукции на примере ...
26. Исследование отраслевого окружения компании и особенностей поведения участников рынка
27. Клиентские метрики в управлении клиент ориентированным бизнесом
28. Маркетинг взаимоотношений
29. Управление отношениями с клиентами
30. Клиентоориентированность как источник конкурентного преимущества компании
31. Специфика клиентоориентированности компаний на российском рынке
32. Сегментация потребителей на рынке совместного потребления (Sharing Economy) в России
33. Драйверы и барьеры развития экономики совместного потребления (Sharing Economy) в России
34. Драйверы и барьеры развития электронной коммерции в России
35. Поведение покупателей на российском рынке электронной коммерции
36. Управление комплексом маркетинга современной компании
37. Разработка маркетинговых стратегий
38. Маркетинговое планирование и прогнозирование
39. Стратегические аспекты управления отношениями с клиентами
40. Инструменты создания ценности для клиентов
41. Управление клиентским опытом
42. Маркетинг и CRM в социальных сетях
43. Особенности внедрения CRM в различных индустриях

44. Аналитические модели предсказания поведения клиентов
45. Разработка, проведение и оценка результативности целевых маркетинговых кампаний для различных этапов жизненного цикла клиента (привлечение, развитие, удержание, возврат)
46. Метрики в системе управления отношениями с клиентами
47. Разработка бизнес-кейса, обосновывающего внедрение CRM
48. Модель ценности клиента и ее использование в CRM
49. Аудит уровня развития отношений с клиентами
50. Оптимизация каналов целевых коммуникаций с клиентами
51. Информационные технологии в маркетинге
52. Управление коммуникациями в социальных медиа
53. Управление отношениями с клиентами
54. CRM в российских компаниях
55. Ориентация на клиентов как источник конкурентного преимущества
56. Разработка стратегии CRM для российских компаний
57. Разработка и реализация маркетинговой стратегии компании
58. Рекомендации по разработке бизнес-модели для компании...
59. Разработка коммуникационной стратегии компании
60. Разработка стратегии продвижения интернет-магазина
61. Рекомендации по разработке стратегии digital маркетинга для компании...
62. Разработка маркетинговой стратегии для компании
63. Сравнительный анализ современных маркетинговых практик в различных отраслях на примере....
64. Построение отношений потребителя с брендом в клиентских сообществах
65. Управление пожизненной ценностью потребителя в клиентских сообществах
66. Построение клиентоориентированной компании
67. Интернет-технологии и IT системы в построении отношений с клиентами
68. Сравнение международной маркетинговой стратегии компании в разных странах и в России
69. Разработка стратегии интернационализации российской компании
70. Управление партнерскими отношениями в компании
71. Исследование возможностей повышения эффективности маркетинговой деятельности компании, работающей на рынке B2B
72. Оптимизация затрат на маркетинг B2B организаций
73. Использование маркетинговой аналитики, управляемой данными, для улучшения показателей результативности компании по производству продукции
74. Разработка модели управления продуктом в проектно-ориентированной компании
75. Совершенствование бизнес-процессов компании с помощью B2B чат-ботов
76. Анализ конкурентного окружения (конкурентная разведка) для принятия компанией операционных или стратегических решений в компании
77. Разработка модели сегментации клиентской базы для поддержки маркетинговой стратегии торговой сети с использованием платформы SAP Marketing Cloud
78. Модернизация бизнес-процессов предприятий с учетом внедрения новых технологий
79. Анализ бизнес-процессов организации в сфере ритейла.
80. Анализ и реинжиниринг бизнес-процессов в организации.
81. Аналитика в системе венчурного инвестирования.
82. Аналитика социальных сетей в системе стратегического управления компаний.
83. Аналитические исследования производственно-хозяйственной деятельности предприятия.
84. Аналитическое обеспечение управления венчурным проектом.
85. Аналитическое сопровождение проекта создания интернет-бизнеса.
86. Аналитическое сопровождение проектной деятельности в сфере информационных технологий.
87. Выбор методов продвижения инновационной продукции.
88. Выбор механизмов финансирования инновационной деятельности в компании.
89. Выбор направлений развития предприятия малого бизнеса в условиях цифровой экономики.
90. Выбор направлений технологического развития компании на основе патентного анализа.
91. Информационно-аналитическое сопровождение инновационного проекта.
92. Использование аналитических информационных систем в управлении организацией.
93. Использование бенчмаркинга в конкурентном позиционировании инновационных разработок.
94. Использование геймификации в активизации потребительской активности на отраслевых рынках.
95. Использование информационных систем в аналитической деятельности организации.
96. Использование методов поведенческой аналитики в системе управления торговыми организациями.
97. Исследование и оценка эффектов сетевого межорганизационного взаимодействия.

98. Моделирование бизнес-процессов в организации.
99. Моделирование и анализ логистических процессов на предприятии оптовой торговли.
100. Моделирование управленческих решений с использованием аналитических информационных систем.
101. Организация аналитической работы в компании.
102. Оценка влияния инноваций на повышение конкурентоспособности компании.
103. Оценка инновационной активности компании.
104. Оценка конкурентоспособности компании на рынке информационных систем.
105. Оценка новизны, изобретательского уровня и промышленной применимости новых разработок.
106. Оценка потенциала коммерциализации новых технологических разработок.
107. Оценка эффективности внедрения ERP-системы.
108. Оценка эффективности внедрения аналитической информационной системы управления проектами в компании.
109. Оценка эффективности внедрения аналитической информационной системы.
110. Оценка эффективности инновационного проекта.
111. Оценка эффективности использования информационных систем в деятельности организации.
112. Оценка эффективности проектной деятельности в компании.
113. Повышение эффективности функционирования компании на основе использования аналитических информационных систем.
114. Позиционирование бизнеса в социальных сетях на основе анализа данных CRM-системы.
115. Прогнозирование и планирование спроса на новые разработки.
116. Разработка проектного решения по автоматизации бизнес-процесса в организации.
117. Разработка стратегии продвижения бизнеса в социальных сетях.
118. Сравнительный анализ существующих аналитических систем управления предприятием.
119. Стратегический анализ бизнеса в социальных сетях.
120. Стратегический анализ деятельности компании в условиях неопределенности поведения внешней среды.