

Примеры рекомендуемых тем дипломных проектов (составлен на основе тем за прошлые годы, тенденций в области современного маркетинга и направления научных исследований кафедры)

Уважаемые дипломники, помните, что тема, сформулированная интересно, ярко и в соответствии с современными тенденциями маркетинга, – залог вашего успеха на защите дипломного проекта.

Кроме того, тема записывается в приложение к вашему диплому, и ее может увидеть ваш будущий работодатель: избитая тема скажет ему о вас немного, а тема инновационная, «с изюминкой» покажет ему, что вы динамичный специалист с широким кругозором.

В связи с этим кафедра рекомендует активно использовать темы, связанные с анализом данных в маркетинге и электронной коммерции, машинным обучением, ИИ, системами и инструментами алгоритмического маркетинга, мартех-системами и т.д.

В формулировке темы необходимо приводить указание на (одно из трех, исходя из логики темы):

– **конкретный вид продукции** («...строительных материалов...», «...мясо-молочной продукции...», «...программных продуктов», «...научно-технической продукции»),

– **конкретный вид услуг** («...консалтинговых услуг...», «...услуг по поисковому продвижению сайта...», «...образовательных услуг», «...услуг страхования», «...услуг информационного интернет-портала»)

– **конкретный вид организации** («...машиностроительного предприятия...», «...рекламного агентства...», «...консалтингового центра», «...учреждения образования», «...производителя карьерной техники»)!!!

Высокотехнологичный маркетинг, мартех, алгоритмический маркетинг и т.д.

1. Система Data Mining & Knowledge Discovery в формировании HR-бренда ИТ-организации (на примере ООО «Бурелом»¹)
2. Программа использования технологий Big Data в маркетинге риэлтерского агентства (на примере ООО «Столица»)
3. Проект внедрения ИИ в процесс принятия маркетинговых решений в деятельности интернет-магазина (на примере ЧУП «Магазин»)
4. Комплекс решений по использованию технологии айтрекинга для повышения эффективности рекламной деятельности торговой организации (на примере УП «Миранда»)
5. Комплекс решений по применению рекомендательных систем в деятельности торговых организаций на рынке одежды и обуви (на примере ЗАО «Север»)
6. Система динамического ценообразования в маркетинговой деятельности на рынке потребительских товаров (на примере ЗАО «Потребитель»)
7. Система RFM-анализа пользователей интернет-магазина (на примере ОАО

¹ Здесь и далее названия компаний вымышленные.

- «Интернет»)
8. Комплекс управленческих и проектных решений по внедрению методов нейро-маркетинга в деятельность торговой организации (на примере ООО «Инновация»)
 9. Комплекс управленческих и проектных решений по внедрению технологий дополненной реальности в маркетинговую деятельность торговой организации (на примере ЧУП «Виртуал»)
 10. Программа использования инструментов когнитивистики в маркетинге ИТ-организации (ЗАО «Наука»)
 11. Комплекс решений по использованию математических моделей в маркетинге промышленного предприятия (на примере ЧПУП «Ювента»)
 12. Проект внедрения технологий phydigital-маркетинга в коммерческую деятельность торговой компании (на примере УП «Торговля»)
 13. Комплекс решений по применению RFID-технологии в маркетинговой деятельности логистической компании (на примере ООО «Велес»)
 14. Комплекс решений по использованию QR-кода как инструмента продвижения косметических средств на белорусский рынок (на примере ООО «Лада»)
 15. Интеллектуальные вопросно-ответные системы в маркетинговой деятельности организации (на примере ООО «QAS»)
 16. CRM-система на промышленном предприятии (на примере ОАО «Бокс»)

Интернет-маркетинг и электронная коммерция

1. Веб-сайт организации сферы услуг и повышение его эффективности (на примере ОАО «Весна»)
2. Веб-сайт как инструмент маркетинговой деятельности машиностроительного предприятия (на примере СЗАО «Лето»)
3. Веб-сайт как инструмент товарной политики предприятия (на примере ЧУП «Осень»)
4. Веб-сайт как инструмент маркетингового продвижения на рынке полимерных изделий (на примере ООО «Проект»)
5. Проект мероприятия по повышению юзабилити сайта предприятия-дистрибьютора строительных материалов на рынок Республики Беларусь (на примере ООО «Восход»)
6. Комплекс управленческих и программных решений использования инструментов интернет-маркетинга для повышения эффективности деятельности торгового предприятия (на примере ОАО «Зима»)
7. Программа повышения эффективности интернет-маркетинга промышленного предприятия (на примере ОАО «Юг»)
8. Программа использования интернет-маркетинга как инструмента привлечения клиентов в салон красоты (на примере ООО «Восток»)
9. Стратегия интернет-маркетинга оператора туристических услуг (на примере ООО «Лето»)
10. Программа сетевого взаимодействия организации с потребителями товаров на рынке электронной торговли (на примере ООО «Лето»)
11. Комплекс мероприятий по повышению эффективности процесса привлечения клиентов с использованием инструментов интернет-маркетинга на рынке рекламных услуг (на примере ООО «Альтернатива»)
12. Комплекс решений по повышению интерактивности сайта торговой компании

- на рынке электротехнической продукции (на примере ОАО «Зима»)
13. Комплекс решений по использованию социальных сетей для увеличения продаж (на примере ООО «Будущее»)
 14. Программа повышения юзабилити сайта как средства коммуникации с клиентами на рынке туристических услуг (на примере ООО «Отдых»)
 15. Комплекс решений по применению технологий персонализации и прогнозирования для повышения эффективности web-сайта торговой организации (на примере ООО «Сервисбыт»)
 16. SMS-система как инструмент маркетинга ИТ-компании (на примере ЧП «Технология»)
 17. Комплекс решений по использованию концепции эмоционального веб-дизайна для повышения конверсии трафика на сайте (на примере ООО «Рекурсия»)
 18. Комплекс мероприятий по редизайну веб-сайта санатория для улучшения пользовательского опыта (на примере ООО «Лето»)
 19. Комплекс управленческих и программных решений по использованию инструментов мобильного маркетинга организации сферы бытовых услуг (на примере ООО «Сервис»)
 20. Программа оптимизации воронки продаж в сфере электронной коммерции (на примере ЧУП «Конус»)
 21. Комплекс проектных решений по использованию веб-аналитики для повышения продаж интернет-магазина (ООО «Ускорение»)
 22. Комплекс решений по совершенствованию виртуальных компонентов маркетинговой деятельности на основе веб-сайта компании (на примере ООО «Оресса»)
 23. Система технической поддержки пользователей как инструмент операционного маркетинга ИТ-компании (на примере ООО «Талица»)

Товарная политика

1. Система управления номенклатурой и товарным ассортиментом (на примере ОДО «Весна»)
2. Ассортиментная и сбытовая политика на предприятии пищевой промышленности (на примере ОАО «Лето»)
3. Комплекс решений по использованию инструментов прототипирования продукта как механизм вывода на рынок нового технически сложного продукта (ООО «Новация»)
4. Комплекс решений по использованию методологии корпоративного форсайта для формирования стратегии развития товарного портфеля (на примере ООО «Будущее»)
5. Система управления жизненным циклом продукции промышленного предприятия (ЗАО «Наука»)
6. Программа разработки и выведения на рынок новых товаров на предприятии реального сектора экономики (на примере ООО «РИК»)
7. Стратегия планируемого устаревания продукта в маркетинговой деятельности предприятия (на примере ОАО «ННН»)
8. Программа выведение нового товара на рынок полимерных изделий (на примере ОАО «Новинка»)
9. Система сервисного обслуживания в ИТ-организации «продуктового» типа/ (на примере ООО «Байт»)

10. Комплекс проектных и управленческих решений по повышению качества предоставления информационных услуг ИТ-организации (на примере ОАО «Акцент»)
11. Комплекс решений по повышению уровня конкурентоспособности продукции промышленного предприятия (на примере ЗАО «Аккорд»)

Система маркетинговых коммуникаций

1. Система маркетинговых коммуникаций клуба-ресторана (на примере ООО «Весна»)
2. Система маркетинговых коммуникаций компании-дистрибьютора ИТ-продуктов (на примере ООО «Лето»)
3. Система маркетинговых коммуникаций консалтинговой компании (на примере ООО «Осень»)
4. Система маркетинговых коммуникаций предприятия в сфере разработки веб-сайтов (на примере ООО «Зима»)
5. Система продвижения товаров машиностроительного предприятия (на примере ЗАО «Вариант»)
6. Система интегрированных маркетинговых коммуникаций на рынке интернет-услуг (на примере ЧП «Север»)
7. Программа продвижения услуг медицинского центра в социальных сетях (на примере ООО «Клиник плюс»)
8. Программа продвижения в сети Интернет как фактор формирования конкурентных преимуществ ИТ-организации (на примере ООО «Юпитер»)
9. Комплекс мероприятий по повышению эффективности маркетинговых коммуникаций производителя косметических средств (на примере ООО «Радуга»)
10. Система продвижения услуг клининговой компании посредством мобильного приложения (на примере ООО «Мойдодыр»)
11. Программа продвижения продукции швейного предприятия в Инстаграм (на примере ООО «Мода-Стиль»)
12. Комплекс мероприятий по повышению эффективности процесса привлечения клиентов с использованием инструментов интернет-маркетинга на рынке рекламных услуг (на примере ООО «Альтернатива»)
13. Комплекс решений по использованию приключенческих онлайн-игр (квестов) на сайте предприятия (на примере ОАО «Лето»)
14. Система управления точками контакта книжного магазина (на примере ООО «Книголюб»)
15. Комплекс ивент-решений как инструмент маркетинговых коммуникаций ИТ-компании (на примере ООО «Байкал»)
16. Программа использования сторителлинга в маркетинговых коммуникациях сети гостиничного бизнеса (на примере ЗАО «Вперед»)
17. Программа инфлюенс-маркетинга для продвижения товаров на маркетплейсах (на примере ООО «Вверх»)
18. Комплекс решений по использованию инструментов визуализации для повышения эффективности маркетинговых коммуникаций сети ресторанов (на примере ЗАО «Вкусно»)
19. Система продвижения ERP-систем на B2B-рынке (на примере УП «Запад»)

20. Программа формирования клиентоцентричности в интернет-продвижении банковских услуг (на примере ОАО «ВилияБанк»)
21. Программа формирования спроса страховой компании (на примере ОАО «Виктория»)
22. Комплекс решений по продвижению информационных продуктов на рынке B2B (на примере ООО «Старт-ИТ»)
23. Чат-бот как инструмент маркетинговых коммуникаций на рынке услуг по созданию и продвижению интернет-ресурсов (на примере ООО «Аута»)

Ценовая политика

1. Ценовая политика добывающего и перерабатывающего предприятия (на примере РУП «Осень»)
2. Модели монетизации онлайн-бизнеса как формы ценовых решений (на примере ЗАО «Цена»)
3. Ценовая политика полиграфического предприятия в условиях конкурентной борьбы (на примере ООО «Ракурс»)
4. Система адаптации цен на продукцию предприятия в условиях высококонкурентного рынка (на примере ООО «Осень»)
5. Механизм ценообразования как инструмент повышения рентабельности промышленного предприятия (на примере ЗАО «Альфа-М»)
6. Система ценообразования товаров интернет-магазина (на примере ООО «Веста»)
7. Система таргет-костинг как инструмент маркетинга автосервиса (на примере ЧП «АвтоМастер»)
8. Система стандарт-костинг как инструмент повышения эффективности деятельности торговой организации (на примере ЧП «Сирена»)
9. Система директ-костинг логистической компании (на примере ЧП «Вперед»)
10. Программа оптимизации затрат на интернет-маркетинг организации сферы общественного питания (на примере ООО «Мира»)

Особые виды маркетинга

1. Комплекс проектных и управленческих решений по формированию маркетинга отношений как инструмент повышения эффективности коммуникаций с подписчиками издательства (на примере ООО «АкварельМедиа»)
2. Комплекс решений по применению техник вирусного маркетинга торговой организации (на примере УП «Три толстяка»)
3. Комплекс решений по использованию инструментов партизанского маркетинга в сети магазинов модной одежды (на примере ЗАО «Креатив»)
4. Комплекс решений по применению инструментов скрытого маркетинга организации сферы общественного питания (на примере ООО «Нортюрн»)
5. Программа применения совместного маркетинга на рынке продуктов питания (примере УП «Удача»)
6. Стратегия маркетинга вовлечения организации бьюти-индустрии (на примере ЧП «Корица»)
7. Стратегия маркетинга некоммерческой организации (УЗ «Городская поликлиника 172»)

8. Комплекс проектных и управленческих решений по внедрению концепции «Точки контакта» в маркетинговую деятельность торгового предприятия (на примере ООО «Трейд»)
9. Система рекрутмент-маркетинга в ИТ-компании (на примере ООО «Свислочь»)
10. Краудфандинговый проект в ИТ-сфере (на примере ООО «Начинание»)
11. Стратегия фандрайзинга общественной организации (на примере Благотворительный фонд «Солнце»)
12. Программа применения концепции холистического маркетинга в деятельности торговой организации (на примере ОАО «Синергия»)
13. Маркетинговая стратегия стартапа (на примере ООО «Конус»)
14. Программа применения кросс-маркетинга в развитии ИТ-стартапа (на примере ООО «ИТ-технологии»)
15. Маркетинговая стратегия малого бизнеса на белорусском рынке (на примере ЧП «Логистика»)
16. Система маркетингового контроллинга промышленного предприятия (на примере ОАО «Вымпел»)
17. Комплекс решений по использованию кулхантинга как механизм исследования рыночных тенденций (на примере ЗАО «Форсайт»)

Продажи, прямой маркетинг, сбыт

1. Система управления ключевыми клиентами ИТ-компании (на примере ООО «ИТ-Мастер»)
2. Программа стимулирования сбыта в розничной торговле (на примере ООО «Успех»)
3. Сбытовая политика строительного предприятия (на примере ОАО «МАПИД»)
4. Система эффективного управления организацией питания в индустрии гостеприимства (на примере ООО «Марица-Отель»)
5. Программа повышения эффективности деятельности торговой организации посредством онлайн-продаж (на примере ЗАО «ВостокХимТорг»)
6. Проект по внедрению CRM-системы для реализации прямого маркетинга (на примере ООО «Лето»)
7. Программа использования социальных сетей для увеличения продаж компании на рынке автомобильной электроники (на примере ООО «Ирида»)
8. Комплекс решений по применению методов активных продаж на рынке туристических услуг (на примере ООО «Манго-тур»)
9. CRM-система как информационная поддержка продаж промышленного предприятия (на примере ООО «Амплитуда»)
10. Программа повышения эффективности деятельности ИТ-предприятия посредством личных продаж (на примере ООО «Восток»)
11. Комплекс проектных и управленческих решений по применению современных форм прямого маркетинга для повышения эффективности деятельности предприятия на рынке электроники (на примере ООО «Эллипс-М»)

Имидж и репутация

1. Имидж-стратегия предприятия: анализ и разработка мероприятий по его улучшению (на примере ЗАО «Весна»)
2. Имидж-стратегия банка: оценка и пути усиления (на примере ОАО «Эверест»)

3. Стратегия имиджа ИТ-организации как инструмент повышения ее конкурентоспособности (на примере ООО «Юг»)
4. Комплексная программа усиления имиджа сети ювелирных магазинов (на примере ИООО «Престиж»)
5. Программа по формированию положительного делового имиджа агентства интернет-маркетинга на B2B рынке (на примере ООО «Успех Групп»)
6. Программа формирования имиджа предприятия в условиях высококонкурентного рынка ИТ-услуг (на примере ООО «Север»)
7. Комплекс решений по использованию инструментов SERM для управления репутацией торговой организации в интернете (на примере ООО «Запад»)
8. Система управления онлайн-репутацией организации общественного питания (на примере ООО «БанкетБест»)
9. Стратегия по формированию и поддержанию репутации ИТ-компании в сети Интернет (на примере ООО «Мастер»)

Бренд

1. Стратегия бренд-менеджмента консалтинговой компании (на примере ООО «Бориус Консалтинг»)
2. Стратегия брендинга учебного учреждения (на примере ЧУО «Отлично»)
3. Стратегия брендинга рекламного агентства (на примере ООО «Алисия»)
4. Комплекс решений по продвижению бренда в социальных медиа (на примере ООО «Лето»)
5. Стратегия продвижения бренда торговой компании на рынке электротехнической продукции (на примере ООО «ЭлектроТехИмпорт»)
6. Комплекс решений по ребрендингу как маркетинговый инструмент повышения конкурентоспособности предприятия (на примере ООО «Весна»)
7. Комплекс решений по ребрендингу для повышения лояльности потребителей на рынке B2B (на примере ООО «Сирена»)
8. Комплекс решений по ребрендингу как инструмент улучшения имиджа маркетингового агентства (на примере ООО «Реклама-М»)
9. Программа повышения стоимости бренда промышленного предприятия (на примере ООО «Эльбрус»)
10. Стратегия управления брендовым портфелем промышленного предприятия (на примере ОАО «Днепр»)
11. Комплекс проектных и управленческих решений по применению интегрированных бренд-коммуникации торгового предприятия (на примере ОДО «Одуванчик»)
12. Комплекс решений по репозиционированию бренда на рынке косметической продукции (на примере ЗАО «Эдельвейс»)

Стратегия маркетинга

1. Маркетинговая стратегия торгового предприятия (на примере ИП «Весна»)
2. Маркетинговая стратегия продвижения высокотехнологичной продукции на рынок электрического оборудования (на примере ОАО «Лето»)
3. Стратегия маркетинга образовательной ИТ-платформы (на примере ООО «Феникс»)
4. Маркетинговая стратегия формирования спроса на туристические услуги (на примере ОДО «Лето»)

5. Маркетинговая стратегия продвижения товаров интернет-магазина (на примере ООО «Вернисаж»)
6. Экспортная стратегия промышленного предприятия (на примере РУП «Арлас»)
7. Конкурентная стратегия предприятия общественного питания (на примере ЧП «Элегия»)
8. Маркетинговые сбытовые стратегии сети розничных магазинов (на примере ЗАО «Розница»)
9. Маркетинговая стратегия продвижения продукции многопрофильного объединения (на примере ОАО «Осень»)
10. Стратегия сервисизации как концепция маркетинга финансового учреждения (на примере ОАО «Эгида»)
11. Стратегия продвижения мобильного приложения (на примере ООО «Лаборатория»)
12. Стратегия интеграции маркетинговых инструментов организации на рынке интернет-услуг (на примере ЧУП «Медиа»)
13. Интегрированная стратегия применения современных маркетинговых инструментов в деятельности компании-производителя пластиковой упаковки (на примере ЧПУП «Дионисупак»)
14. Стратегия позиционирования инновационного продукта на рынке программных продуктов (на примере ООО «Мейли»)
15. Стратегия продвижения информационных услуг с использованием цифровых инструментов маркетинга (на примере ООО «Реста»)
16. Комплекс проектных и управленческих решений по совершенствованию элементов комплекса маркетинга ИТ-компании (на примере ООО «Системз»)
17. Система стратегического планирования в торговом маркетинге организации (на примере ООО «Контур»)
18. Маркетинговая стратегия выхода международной хай-тек компании на белорусский рынок (на примере ЗАО «Эра»)
19. Стратегия цифровой трансформации бизнеса промышленного предприятия на принципах маркетинга (на примере ОАО «Восход»)

Лояльность

1. Программа лояльности как фактор конкурентного преимущества предприятия розничной торговли (на примере ООО «Осень»)
2. Программа лояльности как способ продвижения физкультурно-оздоровительных услуг (на примере ГП «Зима»)
3. Система управления взаимоотношениями с клиентами банка (на примере ОАО «Банк Дабрабыт»)
4. Стратегия развития корпоративной культуры ИТ-организации как инструмент повышения лояльности клиентов и сотрудников (на примере ООО «Крио»)
5. Система управления лояльностью покупателей торговой организации (на примере ОАО «Велис»)
6. Программа использования аналитики больших данных для повышения лояльности к бренду в ИТ-сфере (на примере ООО «ИТ-решения»)
7. Комплекс проектных и управленческих решений по совершенствованию элементов внутренней среды маркетинга ИТ-организации предприятия (на примере ООО «Оранж»)

8. Комплекс управленческих и проектных решений по использованию инструментов эмоционального маркетинга для привлечения и удержания клиентов в индустрии развлечений (на примере ООО «Радость»)

Маркетинг инноваций

1. Маркетинговая стратегия инновационного проекта промышленного предприятия (на примере ООО «Лето»)
2. Стратегия выведение на рынок нового программного продукта (на примере ЗАО «Весна»)
3. Механизм управления инновациями для повышения конкурентоспособности промышленного предприятия (на примере ЧПУП «Урал»)
4. Сбытовая стратегия инновационного продукта промышленного предприятия (на примере «ОАО «Гратион»)
5. Стратегия освоения рынка для программного продукта (на примере ООО «Полибот»)

Бенчмаркинг

1. Комплекс мероприятий по использованию технологии бенчмаркинга в сфере банковских услуг (на примере ОАО «Лето»)
2. Комплекс мероприятий по использованию технологического бенчмаркинга как инструмент повышения конкурентоспособности ИТ-организации (на примере ООО «ИТ-Стандарт»)
3. Комплекс мероприятий по использованию технологии бенчмаркинга в деятельности логистической компании (на примере ЗАО «Гермес»)
4. Система бенчмаркинга как инструмент принятия эффективных стратегических решений ИТ-компании (на примере ООО «Процесс»)
5. Система бенчмаркинга как инструмент формирования конкурентных преимуществ предприятия промышленного предприятия (на примере ЗАО «Ивень»)
6. Коммуникативная политика ИТ-организации на основе бенчмаркинга (на примере ООО «Зима»)

Конкурентоспособность

1. Комплекс управленческих и программных решений по формированию конкурентных преимуществ ИТ-предприятия на B2B-рынке (на примере ООО «Весна»)
2. Комплекс решений по повышению конкурентоспособности промышленного предприятия (на примере ООО «Осень»)
3. Комплекс решений по повышению конкурентоспособности организации на рынке интернет-услуг (на примере ЧП «Титан»)
4. Комплекс решений по повышению конкурентоспособности промышленного предприятия на основе применения сбалансированной системы показателей (на примере ООО «Лето»)
5. Программа оценки и повышения конкурентоспособности продукции на рынке молочных продуктов (на примере ОАО «Ясельда»)
6. Система маркетинг-контроллинга как инструмент повышения эффективности системы маркетингового управления промышленного предприятия (на примере ООО «Вилия»)

7. Программа использования CRM-технологии как инструмент повышения конкурентоспособности торговой организации (на примере ООО «Юнона»)
8. Комплекс решений по повышению конкурентоспособности телекоммуникационной продукции (на примере ООО «Кайос»)

Реклама

1. Проектные решения по совершенствованию рекламной деятельности торгового предприятия (на примере ЧТУП «Илия»)
2. Рекламная стратегия торгового предприятия (на примере ООО «Весна»)
3. Рекламная стратегия торговой организации и программная поддержка оценки ее эффективности (на примере ЧП «Свитязь»)
4. Программа эффективной рекламной кампании ИТ-организации (на примере ООО «Кентавр»)
5. Программа эффективной контекстной рекламной кампании торговой организации в сети Интернет (на примере ООО «Марта»)
6. Программа тизерной рекламы организации бьюти-индустрии (на примере ООО «Гламурия»)
7. Комплекс решений по применению шокирующей рекламы в маркетинговой деятельности торговой организации (на примере ООО «Шок»)
8. Комплексное решение по применению таргетированной рекламы на рынке строительных услуг (на примере ООО «СтройСити»)

Каналы дистрибуции и маркетинговая логистика

1. Стратегия управления каналами дистрибуции промышленного предприятия (на примере ОАО «Межсезонье»)
2. Комплекс управленческих и проектных решений по организации закупочной логистики на промышленном предприятии (на примере ОАО «Межсезонье»)
3. Стратегия управления цепями поставок на промышленном предприятии (на примере ОАО «Вихра»)
4. Система складирования на торговом предприятии (на примере ОАО «Вята»)
5. Стратегия управления товарными запасами в торговой организации (на примере ООО «Горынь»)
6. Стратегия управления логистическими затратами интернет-магазина (на примере ООО «Оболь»)
7. Комплекс решений по управлению финансовыми потоками в логистической системе предприятия (на примере ОАО «Весна»)
8. Комплекс решений по управлению логистическим сервисом экспедиторской организации (на примере ООО «Дисна»)
9. Стратегия управления международной логистикой промышленного предприятия (на примере ОАО «Межсезонье»)
10. Комплекс решений по использованию информационных технологий в маркетинговой логистике торгового предприятия (на примере ОАО «Нарочанка»)