|  |  |
| --- | --- |
| Белорусский республиканский союз потребительских обществУчреждение образования«Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» | Ректору УО «Белорусскийторгово-экономическийуниверситет потребительскойкооперации»Лебедевой С.Н. |
| Деканат факультетакоммерции и финансов |  |
|  |  |
| ПРЕДСТАВЛЕНИЕ |  |
| \_\_\_\_\_\_\_2023 №\_\_\_\_\_\_ |  |
| г.Гомель |  |

об утверждении тем

магистерских диссертаций

 Просим утвердить темы магистерских диссертаций для студентов углубленного высшего образования факультета коммерции и финансов специальности 7-06-0412-04 «Маркетинг» на 2023/2024 учебный год:

1. Исследование маркетингового потенциала организации в условиях конкуренции на рынке.
2. Совершенствование управления маркетинговой деятельностью организации.
3. Анализ и совершенствование организационной структуры службы маркетинга.
4. Маркетинговый аудит и особенности его проведения в практике современных организаций.
5. Анализ и совершенствование организации маркетинговой деятельности некоммерческой организации.
6. Использование инструментов маркетинга в деятельности организации.
7. Использование инструментов маркетинга в экспортной политике организации.
8. Формирование и развитие маркетинговой стратегии организации
9. Организация и проведение маркетингового исследования на рынке.
10. Совершенствование товарной политики организации в современных условиях.
11. Обеспечение конкурентоспособности продукции организации в современных условиях.
12. Разработка стратегии и тактики ценообразования в маркетинговой деятельности организации.
13. Совершенствование сбытовой политики организации в современных условиях.
14. Диагностика маркетингово-сбытовой деятельности организации.
15. Формирование коммуникационной политики организации в условиях цифровизации общества.
16. Совершенствование рекламной деятельности организации в условиях конкуренции.
17. Оценка эффективности рекламы в сети Интернет.
18. Рекламные технологии продвижения продукции.
19. Продвижение товара с использование PR средств.
20. Формирование имиджа организации в современных условиях.
21. Использование современных подходов в рекламной деятельности организации.
22. Совершенствование выставочно-ярмарочной деятельности организации в современных условиях.
23. Исследование влияния фирменного стиля организации на формирование потребительских предпочтений.
24. Фирменный стиль как стратегический ресурс успешного функционирования организации на рынке.
25. Сайт организации как элемент продвижения продукции (услуг) на рынке.
26. Формирование потребительской лояльности к бренду организации.
27. Исследование маркетинговой среды и ее влияния на результаты деятельности организации в современных условиях.
28. Брендинг как маркетинговый инструмент привлечения и удержания потребителей.
29. Повышение конкурентоспособности отечественных организаций в условиях диджитализации общества.
30. Повышение эффективности деятельности отечественных организаций в условиях инновационного развития экономики.
31. Маркетинг в сфере банковской деятельности.
32. Формирование розничной торговли Республики Беларусь в условиях диджитализации общества.
33. Тенденции и перспективы развития ресторанного бизнеса Республики Беларусь в условиях трансформации современной экономики и общества.
34. Тенденции и перспективы развития туристических услуг в Республике Беларусь в условиях конкуренции.
35. Особенности применения цифровых технологий в продвижении туристических услуг.
36. Тенденции и перспективы развития системы образования Республики Беларусь в современных условиях.
37. Тенденции и перспективы развития углубленного высшего образования в Республике Беларусь в условиях трансформации современной экономики и общества.
38. Влияние процессов цифровизации в маркетинге на формирование потребительского рынка.
39. Развитие экологического маркетинга в Республике Беларусь.

Декан факультета коммерции

и финансов В.А.Астафьева

Заведующий кафедрой

маркетинга Т.Н.Байбардина