**График выбора темы курсовой работы студентами 3-го курса**

**и выпускной квалификационной работы студентами 4-го курса**

**образовательной программы бакалавриата «Менеджмент»**

**в 2017-2018 учебном году**

**Примерная тематика курсовых работ 3 курса и ВКР 4 курса**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Кафедра** | **Преподаватель** | **Количество студентов** | **Тема на русск.яз.** | **Тема на англ.яз.** |
| **Стратегического маркетинга** | **Неделько А. Ю., ассистент** | **КР-7**  **ВКР - 6** | Виды и перспективы новых методов маркетинговых исследований | Types and Prospects of New Marketing Research Methods |
| Комплексный подход к изучению потребительского поведения: нейромаркетинг и традиционные методы исследований | A Complex Approach to Consumer Behavior Research: Neuromarketing and Traditional Research Methods |
| Виды сенсорного маркетинга и способы оценки результативности применения на российском рынке | Types of Sensory Marketing and Ways to Assess the Effectiveness of the Application in the Russian Market |
| Маркетинговые исследования, направленные на формирование стратегии компании, на примере … | Marketing Research Aimed at a Company Strategy Formation: the Case of … |
| Стратегии брендинга компаний на FMCG рынках | Brand strategies on the FMCG markets |
| **Манин А. В., к. т. н., доцент** | **КР – 5**  **ВКР - 5** | Разработка корпоративных стратегий диверсифицированных компаний | Development of corporate strategies for diversified companies |
| Практика управления брендом | The practice of brand management |
| Маркетинговое планирование и прогнозирование | Marketing planning and forecasting |
| Особенности внедрения CRM в различных индустриях | Peculiarities of CRM implementation in different industries |
| Практика разработки стратегий управления отношениями с клиентами | The practice of CRM strategies development |
| Целевые маркетинговые кампании для различных этапов управления жизненным циклом клиента | Targeted marketing campaigns for various stages of customer lifecycle management |
| Оценка уровня клиентоориентированности компании | The customer centricity evaluation |
| Маркетинг и CRM в социальных сетях | SMM and Social CRM |
| Аудит уровня развития отношений с клиентами и готовности компании к внедрению CRM | CRM audit and evaluation of readiness to implement CRM |
| Управление клиентским опытом | Customer experience management |
| CRM как кросс-функциональный проект | CRM as a cross-functional project |
| **Лагутаева Д. А. Старший преподаватель** | **КР- 7**  **ВКР-10** | Взаимосвязь маркетинговых инструментов и финансовых результатов компании | The interrelation between marketing tools and companies financial results |
| Методы машинного обучения в маркетинге | Machine learning methods in marketing science |
| Современные маркетинговые практики в России | Contemporary marketing practices in Russia |
| Маркетинг франшизы | Marketing of a franchise |
| Франчайзинг как стратегия роста компании | Franchising as a business growth strategy |
| Эффект лояльности: взаимосвязь потребительской лояльности и финансовых результатов компании | The loyalty effect: interrelation between customer loyalty and firm’s financial results |
| Потребительская лояльность: инструменты и методы измерения потребительской лояльности | Customer loyalty: tools and methods for evaluating customer loyalty |
| Программы лояльности на рынке\_\_\_\_\_\_ | Loyalty Programs in \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ industry |
| Детская лояльность: особенности формирования детской лояльности | Children’s loyalty: feature of youth/children-oriented marketing |
| Факторы, влияющие на потребительскую лояльность/детскую лояльность на рынке/ в сфере\_\_\_\_\_\_ | Factors influencing on customers loyalty/ kids loyalty in \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ industry |
| Модели принятия решения о покупке | Models of the purchase decision |
| Моделирование поведения потребителей на развивающихся рынках | Features consumer’s behavior on emerging markets |
| Особенности поведения потребителей на формирующихся/FMCG рынках | Consumer Behavior: Building Marketing Strategy |
| **Кусраева О. А., ассистент** | **КР- 7**  **ВКР-7** | Стратегия создания и управления брендом | Building and managing brand starategy |
| Маркетинг, ориентированный на детей | Kids marketing |
| Digital маркетинг | Digital marketing |
| Управление клиентским опытом | Customer experience management |
| Современные бизнес-модели | Contemporary business models |
| Брендиг на рынке продуктов агропромышленного комплекса | Branding agroindustrial products |
| Omni-cannel маркетинг | Omni-channel marketing |
| Особенности брендинга в развивающихся странах | Brand building in emerging markets |
| **Бузулукова Е. В., к.э.н., ст. преподаватель** | **КР-5**  **ВКР-5** | Построение системы управления клиентским опытом | Managing Customer Journey |
| Трансформация маркетинговой стратегии компании в условиях кризиса | Marketing strategy adaptation to economy and political crises |
| Предпринимательство на международном рынке | Entrepreneurship in International Markets |
| Разработка рекомендаций по адаптации стратегий управления портфелем брендов компании к изменившимся рыночным условиям | Adaptation the brand portfolio strategy to changed market conditions |
| Разработка стратегии выхода на внешний рынок компании… | The development of market entry strategy to foreign market |
| Интегрированная стратегия интернет-продвижения компании | The integrated internet strategy: the case of… |
| Стратегия управления отношениями с клиентами | The development of Customer Relationship strategy |
| Сравнение стратегий выхода компаний на внешние рынки | Comparison of Marketing entry Strategies to Foreign Countries |
| Сравнение маркетинговых стратегий ведущих Российских и Китайских компаний | The Comparison of Marketing Strategies Leading Russian and Chinese Companies |
| Управление ценностью клиента для укрепления позиции компании | The development customer life time value strategy |
| Международная маркетинговая деятельность крупнейших российских предприятий | International marketing activities of leading Russian companies |
| **Рожков А. Г., к.э.н., доцент** | **КР – 5**  **ВКР – 5** | Информационные технологии в маркетинге | Information Technology in Marketing |
| Управление коммуникациями в социальных медиа | Communication Management in Social Media |
| Управление отношениями с клиентами | Customer Relationship Management |
| Программы лояльности в российских компаниях | Loyalty Programmes in the Russian Companies |
| Разработка и реализация маркетинговых стратегий компании | Marketing Strategy Development and Implementation in a company |
| Новые направления и инструменты маркетинга: возможности использования в практике российских компаний | New Marketing Tools and Research Directions: Practical Opportunities for the Russian Companies |
| Информационные технологии в маркетинговой деятельности | Information Technology in Marketing Projects |
|  | **Ветрова Т. В., к.э.н., доцент** | **КР-5**  **ВКР-5** | Современные маркетинговые практики на развивающихся рынках на примере… | Contemporary Marketing Practices in Emerging Markets … |
| Специфика маркетинга услуг на примере… | Specifics of Service Marketing … |
| Особенности digital маркетинга в России | Features of Digital Marketing in Russia |
| Перспективные направления создания новых рыночных пространств/ниш на примере… | Perspective Directions of Creating New Market Spaces / Niche ... |
| Подходы к маркетинговому анализу пользовательского контента (UGC) в сети Интернет | Approaches to Marketing Analysis of the User-Generated Content on the Internet |
| Специфика маркетинговой деятельности на развивающихся рынках | Specifics of a Marketing Activity in Emerging Markets |
| Сравнительный анализ бизнес-моделей компаний, работающих на рынке… | Comparative analysis of the Business Models of Companies Operating in the market … |
| Использование пользовательского контента для формирования ценностного предложения компании | Use of the User-Generated Content for the Formation of the Value Proposition of the Company |
| Новые методы маркетинговых исследований: их преимущества и ограничения | New Methods of Marketing Research: the Advantages and Limitations |
| Перспективы использования психофизиологических исследований (айтрекинг, полиграф, нейроиссследования и т.д.) в маркетинге | Prospects for the Use of Psychophysiological Research in Marketing |
| Маркетинговые исследования, сопровождающие разработку стратегии предприятия на примере … | Marketing Researches Accompanying the Development of Business Strategy |
| Особенности применения этнографических исследований в России | Features of Application of Ethnographic Researches in Russia |
| Перспективные направления развития ритейл-маркетинга в России | Perspective Directions of the Retail Marketing Development in Russia |
| Эволюция моделей и форматов развития розничных сетей | Evolution of Models and Formats of Retail System Development |
| Управление клиентским опытом в ритейле | Management of Client Experience in the Retail System |
| Особенности персонального маркетинга в России | Features of Personal Marketing in Russia |
| Self-брендинг как инструмент самоидентификации личности | Self-branding as Instrument of Self-Identification |
| Роль социальных сетей в развитии персонального бренда | Role of Social Networks in Development of Personal Brand |

**Концентрация «Международный менеджмент»**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Кафедра** | **Преподаватель** | **Количество студентов** | **Тема на англ.яз.** |
| **Общего и стратегического менеджмента** | **Dr. Natalia Guseva** | **ВКР-4** | Cross-cultural Aspects of Business and Management |
| Cross-cultural Team Management |
| International Negotiations |
| Corporate Culture in the Multinational Companies |
| **Стратегического маркетинга** | **Dr. Igor Sloev** | **ВКР-5** | Economic Aspects of Marketing and Management |
| Customer Flow Management |
| Industry and Market Analysis |
|  | **Dr. Ryan S. Burg** | **ВКР-5** | Business Ethics |
| Organizational Governance |
| Qualitative Research Methods |
| **Стратегического маркетинга** | **Dr. Ekaterina Buzulukova** | **ВКР-5** | New Market Entry Strategies for the Top Multinational Companies |
| New Brand Development for International Companies |
|  | Сравнение стратегий выхода компании на внешние рынки | | Comparison of Marketing entry Strategies to Foreign Countries |
|  | Сравнение стратегий интернет-продвижения российской и зарубежной компании | | The Comparison of Internet-Marketing Strategies: the Case of Russian and Foreign Companies |
|  | Маркетинговая стратегия иностранных компаний в России | | Marketing Strategy of the Foreign Companies in Russia |
|  | Влияние эффекта страны происхождения иностранных товаров на российских потребителей | | Perception of the Foreign Goods Origin Effect on Russian Consumers behavior |
|  | Факторы успеха компаний рожденных глобальными | | Key success factors of Born global companies |
|  | Разработка стратегии интернационализации международной компании | | Managing of internationalization for MNC |
|  | Особенности стратегии управления брендом в международных компаниях | | The peculiarities of brand development in the international companies |
| **Общего и стратегического менеджмента** | **Eugine Tsaplin** | **ВКР-3** | International Entrepreneurship |
| International Crowdfunding and Crowdsourcing Projects |