**Примерная тематика магистерских диссертаций кафедры маркетинга фирмы**

**2017-2018 уч.год**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Кафедра** | **Преподаватель** | **Количество студентов** | **Тема на русск.яз.** | **Тема на англ.яз.** |
|  | **Ойнер О.К., д.э.н., профессор** | **6** | Управление взаимоотношениями с клиентами в производственных компаниях | The Customer Relationship Managementin in B2B |
|  |  |  | Разработка экосистемы вовлочения потребителя в ритейле | Elaboration of the Customer Engagement Ecosystem in the Case of Retail |
|  |  | Современные технологии управления опытом потребителя в индустрии моды | Modern Technologies of the Customer Experience in the Fashion Industry |
|  |  | Инновационный маркетинг: сущность, технологии и перспективы | Innovation Marking: Trends and Opportunities |
|  |  | Разработка и развитие диджитал стратегии на автомобильном рынке | Digital Strategy Development for the Automotive Market |
|  |  | Управление потребительским опытом в ритейле и сервисном обслуживании | Customer Experience Management: Retail and Service |
|  | **Казаков С.П., д.э.н., доцент** | **4** | Роль и эффективность дизайна в процессе разработки новых продуктов | The Role and Effectiveness of Design in New Product Development |
|  |  |  | Влияние девиантного потребительского поведения на качество сервиса в сфере услуг | Consumer Deviant Behaviour Influence on the Service Quality  |
|  |  |  | Проблемы измерения результативности стратегий рыночного запуска новых продуктов в различных каналах сбыта на фармацевтическом рынке | Startegy Efficiency Measurment Issues of New Product Market Launch in Different Sales Channels on Pharmaceutical Market |
|  |  |  | Методы измерения результативности инвестиций в маркетинговые мероприятия на примере российских компаний малой и средней капитализации | Methods of Investments in Marketing Activities Performance Assessment in a Context of Russian Small and Medium Joint Stock Companies |
|  |  |  |  |  |
|  | **Галицкий Е.Б., к.э.н., доцент.** | **4** | Пути стимулирования закупок лицензионных продуктов на рынке программного обеспечения. Кейс корпорации Майкрсофт | Fostering of Purchasing of Licensed Products in Software Market. The Case of Microsoft Corporation |
|  |  |  | Модели формирования потребительской удовлетворенности и лояльности на рынке платных медицинских услуг | Models of Consumer Satisfaction and Loyalty Formation: the Case of Commercial Medical Services Market |
|  |  | Факторы, влияющие на формирование имиджа образовательной организации | Factors Influencing the Formation of the Educational Institution Image |
|  |  | Факторы, влияющие на удовлетворенность клиентов в сфере аптечной торговли (на примере аптеки N) | Factors Influencing Customer Satisfaction in the Pharmacy Business (the Case of Pharmacy N) |
|  | **Рожков К.Л., д.э.н., профессор** | **4** | Разработка продукта туристской дестинации на примере горного курорта Шерегеш | Tourist Destination Product Development (the Case of Sheregesh Resort) |
|  |  | Управленческие и маркетинговые аспекты развития городов через культуру | Management and Marketing Aspects of Urban Development by Means of Culture |
|  |  | Демаркетинг Города | City Demarketing |
|  |  | Роль маркетинговых инструментов в редевелопменте промышленных территорий города | The Impact of Marketing Tools on Redevelopment of Industrial Areas of the City |
| **Пантелеева Е.К, к.э.н., доцент** | **7** | Управление потребительским опытом в индустрии красоты | Customer Experience Management in Beauty Industry |
|  |  | Построение системы внутреннего маркетинга в компании | Building Internal Marketing System |
|  |  | Подходы к описанию и измерению потребительского опыта | Techniques of Customer Experience Description and Measurement |
|  |  | Влияние эмоционального брендинга на лояльность клиентов в сфере B2B | The Impact of Emotional Branding on the Customer Loyalty in B2B |
|  |  | Стейкхолдерский подход в маркетинге в фармацевтической отрасли. | Stakeholder Marketing Approach in Pharmaceutical Indusrty |
|  |  | Подходы и методики оценки потребительского опыта | Approaches and Methods of Customer Experience Assesment |
|  |  | Изучение процесса выбора компании-работодателя с использованием карты потребительского опыта | The Study of the Process of Potential Employer Selection: an Application of CJM Technique |
| **Липсиц И.В., д.э.н., профессор** | **2** | Разработка маркетинговой стратегии для фирмы индустрии онлайн-торговли, работающей в остро конкурентном окружении | Development of Marketing Strategy for Online Retail Company Working in a Highly Competitive Environment |
|  |  |  | Формирование маркетинговой стратегии развития компании на основе подхода Co-creation для максимизации WOM эффекта | Forming Development Marketing Strategy of the Company on the Base of Co-creation for WOM-effect Maximization |
|  | **Корелина А.С., к.э.н., ст. преподаватель** |  | Digital-технологии вовлечения потребителей во взаимодействие с компаниями в сфере HoReCa | Digital Technologies of Consumers Engagement in Cooperation with HoReCa Companies |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |