**Тематика курсовых работ**

**по дисциплине «Маркетинг» для студентов 2 курса**

**специальности 1 – 26 02 01 Бизнес-администрирование**

**на 2022-2023 учебный год**

1. Особенности покупательского поведения на рынке промышленных товаров
2. Коммерческая тайна предприятия и способы защиты информации
3. Направления оптимизации товарной политики организации (предприятия)
4. Процесс разработки и реализации товаров рыночной новизны
5. Оценка конкурентоспособности товарного портфеля организации
6. Технологии SMM в продвижении потребительских товаров
7. Маркетинг промышленных товаров: современное состояние и тенденции развития (на примере)
8. Организация и проведение рекламной кампании бренда
9. Фирменный стиль и имидж организации: маркетинговый аспект
10. Социально-ответственный маркетинг организации (на примере)
11. Теории потребительского поведения: современное состояние
12. Рекламные игры и конкурсные механики: проблемные аспекты организации, проведения, оценки эффективности
13. Позиционирование организации как способ завоевания долгосрочных конкурентных преимуществ
14. Маркетинговый бюджет организации (предприятия) и направления его оптимизации
15. Выставки-ярмарки как инструмент формирования спроса
16. Современные инструменты BTL для сегмента FMCG
17. Маркетинг партнерских отношений: современное состояние и тенденции развития
18. Использование организацией (предприятием) ресурсов интернет при проведении маркетинговых исследований
19. Использование организацией (предприятием) ресурсов интернет при проведении рекламной кампании
20. Современные походы и методы анализа товарного ассортимента предприятия
21. Виральный маркетинг: современные подходы
22. Этапы подготовки и проведения интегрированной коммуникационной кампании предприятия
23. Связи с общественностью как имиджевая коммуникация
24. Розничная торговля Республики Беларусь на рынке FMCG
25. Маркетинговые коммуникации и управление брендом в сети Интернет
26. Технологии WEB 3.0 в маркетинговой деятельности
27. Маркетинговые стратегии повышения конкурентоспособности бренда
28. Разработка стратегии продвижения бренда на зарубежных рынках
29. Маркетинговая инфраструктура Республики Беларусь: современное состояние, тенденции развития
30. Проблемные аспекты реализации концепции маркетинга организациями Республики Беларусь в условиях информационной экономики
31. Этические проблемы современного маркетинга
32. Позиционирование товара и фирмы на рынке в условиях информационной экономики
33. Реализация сбытовой политики маркетинга в условиях информационной экономики
34. Маркетинговые стратегии продвижения бренда (на примере)
35. Разработка и реализация эффективных маркетинговых стратегий (на примере рынка / отрасли / сегмента)

Доцент А.А.Казущик

Утверждена на заседании кафедры экономики и управления \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, протокол № \_\_\_\_

Зав. кафедрой И.В. Бабына