

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ“
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ“

ПРИМЕРНИ ТЕМИ

За дипломни работи за магистърска програма

„МАРКЕТИНГ“

1. Стратегическо планиране на фирмено равнище /на примера на/
2. Стратегическо планиране на равнище SBU (Strategic Business Unit) /на примера на/
3. Маркетингов процес и планиране на маркетинг дейността на фирмата /на примера на/
4. Влияние на маркетинговата среда върху потребителското поведение /на примера на/
5. Изследване на специфични особености на индустриалния пазар и на поведението на организациите купувачи.
6. Сегментирането на пазара – маркетингов подход за успешно участие в конкурентната борба на пазара /на примера на/
7. Организация и управление на маркетинг дейността /на примера на/
8. Разработване на стокова политика /на примера на/
9. Проблеми и възможности при разработването и развитието на стоковата политика /на примера на/
10. Ценова политика на фирма /на примера на...../.
11. Методи за извънкабинетни проучвания („изследвания на място“) /на примера на/
12. Организиране и осъществяване на пласментни проучвания /на примера на/
13. Методи за осигуряване на конкурентоспособността на продукта /на примера на/
14. Рекламна политика / на примера на/
15. Рекламни проучвания – анализ на ефективността на рекламните обявления, анализ на ефективността на средствата каналите за реклама и анализ на ефективността рекламната дейност /на примера на/
16. Възможности за използване на различни канали и средства за реклама, предимства и недостатъци в зависимост от предмета и целите на рекламата /на примера на/
17. Интегрирани маркетингови комуникации /на примера на...../
18. Маркетингова етика и социална отговорност на фирмите /на примера на/
19. Маркетингово проучване на производствено предприятие /на примера на/
20. Маркетингово проучване на услуги /на примера на/.
21. Маркетингово проучване в туризма /на примера на/.

22. Маркетингово проучване на търговско предприятие /на примера на/
23. Кадрово осигуряване на маркетинг дейността – принципи и критерии за оценка на качествата на маркетинговите специалисти /на примера на/
24. Организиране и осъществяване на рекламна кампания /на примера на/
25. Разработване на публичен рилейшънс програма /на примера на/
26. Насърчаване на продажбите, лични продажби и спонсориране /на примера на/
27. Психологически похвати в рекламата /рекламна агенция/.
28. Маркетингово проучване на фирма, функционираща по системата на „multi-level marketing“ /на примера на/
29. Ситуационен анализ и стратегии за управление на фирмите /на примера на/
30. Психологически похвати в ценообразуването /на примера на/
31. Иновациите като средство за борба с конкуренцията /на примера на/
32. Конкурентното предимство – средство за успешно пазарно позициониране /на примера на/
33. Използване на сравнителни методи за ценообразуване /на примера на/
34. Организация на маркетинговия отдел и взаимовръзки с останалите отдели /на примера на/
35. Оценка на съотношението между приходите и разходите като метод за вземане на решение за формиране на стоковия микс /на примера на/
36. Структуриране и развитие на стоковия микс чрез сегментиране на пазара. /на примера на/
37. Маркетингови изисквания към комерсиализацията на стоките на различните етапи от техния жизнен цикъл /на примера на/
38. Характеристика на дейностите, формиращи предпродажбеното и следпродажбеното обслужване /на примера на/
39. Възможности и перспективи за развитие на онлайн маркетинга
40. Изследване на онлайн рекламния пазар и начини за формиране на потребителско поведение.
41. Техники за генериране на трафик към уеб базирани ресурси.
42. Изграждане на онлайн рекламна стратегия /на примера на..../
43. Маркетинг чрез социалните мрежи – предимства и недостатъци /на примера на...../

Благоевград, 2016