

## СПИСЪК

### с примерни теми за изготвянето на курсова работа, свързана с проведен преддипломен стаж (специалност „Маркетинг“)

1. Стратегическо планиране на фирмено равнище.
2. Стратегическо планиране на равнище SBU (Strategic Business Unit).
3. Маркетингов процес и планиране на маркетинг дейността на фирмата.
4. Методи и форми за въздействие на различните видове фактори върху поведението на потребителя.
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.
7. Организация и управление на маркетинг дейността в предприятие „X“.
8. Основни трудности и рискове при разработването и развитието на стоковата политика.
9. Разработване на стокова политика на фирмата.
10. Ценова политика на фирма „X“, адаптиране на цените и към пазарните условия, средства за поддържане на висока ценова конкурентоспособност.
11. Методи за извънкабинетни проучвания („изследвания на място“).
12. Организиране и осъществяване на пласментни проучвания.
13. Методи за осигуряване на конкурентоспособността на продукта.
14. Рекламата – средство за конкуренция.
15. Рекламни проучвания – анализ на ефективността на рекламните обявления, анализ на ефективността на средствата каналите за реклама и анализ на ефективността рекламната дейност.
16. Възможности за използване на различни канали и средства за реклама, предимства и недостатъци в зависимост от предмета и целите на рекламата.
17. Маркетингова етика и социална отговорност на фирмите.
18. Маркетингово проучване на производствено предприятие.
19. Маркетингово проучване на услуги /фирмата да е в областта на услугите/.
20. Маркетингово проучване в туризма /на туристически продукти/.
21. Маркетингово проучване на търговско предприятие.
22. Кадрово осигуряване на маркетинг дейността – принципи и критерии за оценка на качествата на маркетинговите специалисти.
23. Организиране и осъществяване на рекламна кампания.
24. Разработване на пбблик рилейшънс програма.
25. Насърчаване на продажбите, лични продажби и спонсориране.
26. Психологически похвати в рекламата /рекламна агенция/.
27. Маркетингово проучване на фирма, функционираща по системата на „multi-level marketing“.
28. Ситуационен анализ и стратегии за управление на фирмите.
29. Психологически похвати в ценообразуването.

30. Иновациите като средство за борба с конкуренцията.
31. Конкуrentното предимство – бич за конкуренцията.
32. Използване на сравнителни методи за ценообразуване в предприятие “X”.
33. Организация на маркетинговия отдел и взаимовръзки с останалите отдели в предприятие „X”.
34. Оценка на съотношението между приходите и разходите като метод за вземане на решение за формиране на стоковия микс.
35. Структуриране и развитие на стоковия мис чрез сегментиране на пазара.
36. Маркетингови изисквания към комерсиализацията на стоките на различните етапи от техния жизнен цикъл.
37. Характеристика на дейностите, формиращи препродажбеното и следпродажбеното обслужване.