

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ“

СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ

ПРИМЕРНИ ТЕМИ

за дипломни работи за специалност „Стопанско управление“,
специалност „Бизнес мениджмънт и предприемачество“

и специалност Бизнес администрация (магистри)

1. Възможности за обвързване на фирмените цели с ресурсите (на примера на фирма)
2. Механизъм за изграждане на дългосрочен план (по примера на фирма)
3. Взаимодействие между управленска стратегия и управленска структура (по примера на фирма)
4. Механизъм за изграждане на управленска структура на фирма
5. Състояние и насоки за оптимизиране на организационно-управленската структура на фирма
6. Алгоритъм на изграждане на мисията на фирма
7. Стратегия на изграждане на пазара по примера на „Матрицата на Бостънската консултантска група“ и „Матрицата на Дженеръл Електрик“
8. Състояние и перспективи за развитие на фирмената култура (по примера на фирма)
9. Конкурентна стратегия на фирма
10. Диверсификационна стратегия на фирма
11. Механизъм на вземане на управленски решения на фирма
12. Мотивиране на персонала във фирма ...
13. Механизъм на израстване на кадрите във фирма
14. Механизъм за разрешаване на трудови конфликти във фирма
15. Концептуални личностни качества на мениджъра и връзката им със стила на управление
16. Лидерство, харизма и стилове на управление (по примера на фирма)
17. Бизнес план за изграждане на нова фирма
18. Състояние и насоки за повишаване ефективността на производството във фирма
19. Планиране на материално-техническото снабдяване и форми на контрол във фирма
20. Икономически анализ на производството във фирма
21. Подходи и методи при планиране производителността на труда във фирма
22. Взаимодействие между стратегическото, тактическото и оперативното управление във фирма
23. Стратегии за повишаване конкурентоспособността на промишления продукт (по примера на фирма)
24. Иновационна стратегия на фирма
25. Оценка на ефективността на инвестиционния проект (по примера на фирма)
26. Набиране и подбор на персонал във фирма
27. Фирмена политика за подобряване на качеството (по примера на фирма)
28. Планиране на разходите за труд във фирма – проблеми и перспективи
29. Форми и системи за определяне на работната заплата във фирма от реалния сектор на икономиката.
30. Правила и изисквания за определяне на работната заплата в бюджетните организации.

31. Проблеми при сключване на колективен трудов договор във фирма (бюджетна организация)
32. Проблеми на социалното подпомагане в община, град (регион)
33. Реализация на социалната политика във фирма
34. Материално стимулиране на иновационните процеси в българските фирми (по примера на фирма)
35. Състояние на пазара на труда в община, град или регион
36. Фирмената политика по цените на фирма Анализ и насоки на усъвършенстване.
37. Методи за образуване и прогнозиране на цените във фирма
38. Анализ и възможности за регулиране на цените и ценообразуването на примера на (област, община ...)
39. Тенденции в развитието на равнището и съотношенията на цените на продукцията на фирма
40. Анализ и тенденции в развитието на пазарните сегменти на фирма
41. Тенденции в развитието на жизнените цикли на продуктите на фирма и възможности за тяхното регулиране.
42. Пласментна политика на фирма и възможности за нейното усъвършенстване.
43. Маркетингови проучвания – методи, същност, приложение, комбиниране и възможности за усъвършенстване (по примера на фирма)
44. Основни методи и техники за изработване на маркетингови стратегии на равнище стратегически бизнес единици (по примера на фирма)
45. Стокова марка – същност и роля в конкурентната борба (по примера на фирма)
46. Рекламна стратегия на фирма
47. Планиране и организация на рекламната кампания на фирма
48. Персонални продажби – цели и методи на организиране (по примера на фирма)
49. Традиционен маркетинг и инструментариум (по примера на фирма)
50. Роля на рекламните агенции при проникване на пазара (по примера на рекламна агенция)
51. Собствени канали за реализация – същност, целесъобразност, тенденции.
52. Сегментиране на пазара – същност, цели, изисквания (по примера на фирма)
53. Позициониране и препозициониране на продукта (по примера на фирма)
54. Продуктова политика на фирмата – същност, цели и начини на използване.
55. Фактори и критерии за избор на пазарни сегменти (по примера на фирма)
56. Маркетингови служби – същност, организация на дейността, видове, функции и компетенции (по примера на фирма)
57. Регулиране и управление на фирмените продажби (по примера на фирма)
58. Организация и управление на маркетинг дейността (по примера на фирма)
59. Франчайзингът като маркетингова дейност (по примера на фирма)
60. Проникване на пазара – същност, бюджет и комуникационна политика.
61. Използване на маркетинговия микс в (банка, застрахователна компания, община, здравно заведение, спортна организация и др.)
62. Електронна търговия – същност, възможности, рискове и перспективи.