

Тематика студенческой практики и выпускных работ

Разделение тематики по курсам не является жестко заданным

Преподаватель	2 курс	3 – 4 курсы	
Концепции маркетинга и их эволюция			
Очковская М.С. доц.	«Маркетинг благодарности» «Работа с впечатлениями как инструмент маркетинга»	«Латеральный маркетинг и его применимость в России» «Зеленый маркетинг: зарубежный опыт и перспективы развития в России»	«Сенсорный маркетинг в малом бизнесе»
Маркетинговые инструменты (маркетинг-микс)			
Очковская М.С. доц.	«Создание ценности для потребителя»	«Маркетинговые инструменты в индустрии музыки (на примере классической музыки)» «Маркетинговые инструменты в театральной среде» «Кастомизация и совместная ценность как инструменты лояльности»	«Маркетинговые инструменты: кросс-культурный аспект» «Маркетинговые инструменты в модной индустрии (на примере российских модельеров)» «Дизайн как инструмент создания ценности»
Построение успешных брендов			
Очковская М.С. доц.	«Культовые бренды: истоки и последствия для общества» «Город как объект маркетинга или как трансформировать город в бренд»	«Гендерный подход в брендинге: создание брендов для мужчин/женщин» «Специфика создания люксовых брендов» «Звездные бренды и бренды знатока: специфика маркетинговых инструментов» «Построение бренда малых городов: зарубежный и российский опыт» «Уличное искусство как инструмент территориального брендинга»	«Влияние страны происхождения на восприятие брендов» «Воспринимаемое качество как инструмент управления брендом» «Кросс-культурный аспект вывода на рынок нового товара/бренда» «Построение бренда города» (для одной из ЦА)
Маркетинговые коммуникации			
Очковская М.С. доц.	«Эволюция печатной рекламы» (на примере одной из стран)	«Эпатаж в маркетинговых коммуникациях» «Социальная реклама: маркетинговый	«Рекламные коммуникации: кросс-культурные особенности» «Лидеры-мнения как инструмент продвижения в

		аспект» «Онлайн сообщества брендов как инструмент коммуникации с потребителем»	киноиндустрии/ театральной среде/современном искусстве»
Маркетинг в индустрии роскоши			
Очковская М.С. доц.	«Взаимосвязь роскоши и моды в маркетинге» «Современное искусство: роль маркетинга в его продвижении»	«Сегментация потребителей роскоши» «Специфика потребления роскоши: кросс-культурный аспект (работа пишется на разных страновых примерах – Японии, Китае, США, Европе и т.д.)» «Новая и старая роскошь: создатель и потребитель»	«Специфика потребления люксовых брендов: кросс-культурный аспект» «Ко-брендинг люксовых брендов с искусством: преимущества и недостатки»