

к.э.н., доцент кафедры маркетинга Рыбалко Мария Александровна

Примерная тематика НИР и ВКР:

Студент имеет возможность изменить или конкретизировать предлагаемое направление исследований.

<i>Развитие тематики</i>	<i>2 курс (НИР):</i>	<i>3 – 4 курс (ВКР):</i>
<i>Поведение потребителей</i>	<ul style="list-style-type: none">- Анализ поведения потребителей в маркетинге- Этапы принятия решений	<ul style="list-style-type: none">- Особенности поведения потребителей на рынке- Управление поведением потребителей- Маркетинг в телемедицине
<i>Продукт</i>	<ul style="list-style-type: none">- Выведение на рынок нового продукта	<ul style="list-style-type: none">- Управление жизненным циклом продукта средствами маркетинга- Разработка программы маркетинга (на примере отдельного продукта)
<i>Бренд</i>	<ul style="list-style-type: none">- Бренд: понятие и сущность	<ul style="list-style-type: none">- Модели и методы создания успешного бренда- Создание бренда в определенной сфере
<i>Лояльность</i>	<ul style="list-style-type: none">- Лояльность: понятие и классификация	<ul style="list-style-type: none">- Современные программы лояльности клиентов- Формирование лояльности потребителей на определенном рынке- Разработка программы лояльности клиентов на различных рынках
<i>Марк. коммуникации</i>	<ul style="list-style-type: none">- Комплекс маркетинговых коммуникаций современной компании- Связи с общественностью (PR) в системе маркетинговых коммуникаций компании- Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	<ul style="list-style-type: none">- Формирование комплекса маркетинговых коммуникаций- Особенности разработки комплекса маркетинговых коммуникаций в современных условиях- Эффективность рекламы: коммуникативная и экономическая- Интернет-коммуникации и их специфика (на примере конкретной компании)