Темы дипломных работ специальности Маркетинг и логистика на 2026-2027 уч.г.

Генова С.И.

1. Разработка и оценка эффективности цифровой маркетинговой политики компании
2. Анализ и моделирование поведения потребителей продукции компании в цифровой среде на основе данных социальных сетей
3. Разработка бренд-стратегии компании как инструмент формирования долгосрочной конкурентоспособности компании
4. Применение технологий искусственного интеллекта в маркетинге: персонализация предложений и автоматизация взаимодействия с клиентами
5. Оптимизация цепей поставок компании в условиях цифровой трансформации и логистических рисков
6. Управление запасами предприятия на основе прогнозной аналитики и автоматизированных информационных систем
7. Развитие складской логистики компании с использованием цифровых технологий и систем WMS
8. Логистика электронной коммерции компании: разработка эффективной модели управления заказами и доставкой

Яниогло Н.П.

1. Анализ потребительских предпочтений и их влияние на маркетинговую деятельность предприятия.
2. Разработка мероприятий по совершенствованию ассортиментной политики предприятия.
3. Оценка эффективности программ стимулирования продаж на предприятии.
4. Разработка мероприятий по развитию клиентского сервиса предприятия.
5. Пути совершенствования оптимизации транспортного обслуживания предприятия.

Левитская А.П.

1. Разработка стратегии удержания клиентов предприятия на основе CRM- технологий.
2. Омниканальный маркетинг как инструмент повышения эффективности взаимодействия с потребителями.
3. Управление лояльностью клиентов на основе программ персонализированного маркетинга.
4. Контент-маркетинг как инструмент формирования конкурентных преимуществ предприятия.

Кураксина С.С.

1. Анализ маркетинговой деятельности как основы принятия управленческих решений на предприятии.
2. Анализ использования товарного знака в маркетинговой деятельности предприятия
3. Анализ рекламной деятельности организации и направления ее совершенствования
4. Influencer-маркетинг как инструмент продвижения продукции и формирования лояльности потребителей

Кара М.Ф.

1. Влияние социальных сетей на продвижение товаров и услуг в условиях цифровой экономики
2. Влияние инструментов социального маркетинга на формирование культуры ответственного потребления

Арикова Л.Н.

1. Формирование стратегии интернет-маркетинга для местного бренда. (на примере предприятия АТО Гагаузия)
2. Совершенствование онлайн-продаж предприятия на рынке Республики Молдова.
3. Анализ конкурентной среды и формирование стратегии роста предприятия АТО Гагаузия.
4. Совершенствование маркетинговых предложений предприятия АТО Гагаузия на основе сегментирования клиентов.