

УТВЕРЖДАЮ

Первый заместитель

Председателя Правления

АО КАГУ им. С. Сейфуллина

А.М. Абдыров

2020г



**Тематика
дипломных работ для студентов специальности
5В051100 - «Маркетинг»
на 2020-2021 год**

1. SMM-инструменты, влияющие на спрос на рынке туристических услуг
2. Анализ и совершенствование политики ценообразования мясоперерабатывающего предприятия
3. Анализ и совершенствование сбытовой политики предприятия на рынке овощной продукции
4. Аромамаркетинг - как способ увеличения продаж.
5. Использование инструментов цифрового маркетинга в улучшении рекламной деятельности предприятия.
6. Использование методов SMM для развития предприятия.
7. Коммуникационная политика фирмы
8. Маркетинг как инструмент повышения конкурентоспособности предприятий ресторанного бизнеса
9. Маркетинговое исследование деятельности строительной компании в конкурентной среде
10. Маркетинговое исследование рынка на примере предприятия
11. Маркетинговые исследования в сервисной деятельности гостиницы
12. Маркетинговые исследования в сфере обеспечения качества товаров и услуг
13. Маркетинговые исследования рынка стеклопластиковых труб в Мангистауской области
14. Новые технологии в рекламной деятельности страховой компании
15. Организация и совершенствование маркетинговой деятельности в ресторанном бизнесе
16. Организация маркетинга на промышленных предприятиях
17. Организация маркетинговой деятельности в банковской сфере
18. Организация маркетинговой деятельности с использованием конкурентных преимуществ предприятия
19. Организация маркетинговой деятельности строительной компании в условиях мирового кризиса
20. Особенности использования инструментов продвижения в спортивном маркетинге
21. Особенности маркетинговой деятельности предприятия на строительном рынке г. Нур-Султан

- 53. Способы использования современных форм рекламы в деятельности предприятия
- 54. Стимулирование сбыта в соответствии с требованиями рынка
- 55. Управление и совершенствование маркетинговой деятельности на предприятии
- 56. Управление маркетингом гостиничных услуг

Зав. кафедрой «Маркетинг и сервис»



Ш.Е. Муталляпова

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Маркетинг и сервис»
Протокол № 1 от «28» 08 2020г.

УТВЕРЖДАЮ

Первый заместитель

Председателя Правления

АО КАТУ им. С.Сейфуллина

А.М. Абдыров

2020г



Тематика

магистерских диссертаций,

М075 – «Маркетинг и реклама», Образовательная программа «Маркетинг и управление брендами на рынке товаров и услуг» на 2020-2021 год

1. Обоснование методологических подходов развития логистических систем при обеспечении роста конкурентоспособности АПК
2. Развитие стратегии маркетинга в сфере обслуживания компьютерной техники
3. Разработка программы продвижения нового продукта в сфере услуг
4. Роль этнотуризма в создании бренда сельскохозяйственной продукции
5. Цифровые маркетинговые коммуникации для повышения эффективности продаж сельхозпродукции
6. Формирование программы продвижения бренда спортивного клуба на примере баскетбольного клуба "Астана"
7. Формирование оптимальных стоимостных цепочек производства сельхозпродукции Республики Казахстан
8. Применение современных технологий координации в цепочках спроса (концепции DCM)
9. Развитие ресторанного бизнеса в РК на основе использования социальных сетей
10. Социальные сети как эффективный инструмент продвижения бизнеса в Казахстане
11. Применение социальной сети для позиционирования бренда и повышения показателей эффективности продаж на рынке
12. Совершенствование рекламных мероприятий с применением IT технологий как фактор повышения эффективности продаж предприятий
13. Пути совершенствования стратегии продвижения дизайнерских услуг интерьера
4. Управление продвижением услуг сети микрокредитных организаций на высококонкурентном рынке г. Нур-Султан
5. Маркетинговые стратегии в рекламной деятельности предприятий
6. Совершенствование маркетинговой стратегии предприятия в современных условиях (на примере предприятий г. Нур-Султан)
7. Многоуровневый сетевой маркетинг (социальное назначение, статус структура)

18. Оценка и механизм активизации рыночного потенциала предприятия
19. Механизм диверсификации производства предприятий АПК
20. Маркетинговое обеспечение стабильного развития зернопродуктового комплекса
21. Маркетинговые исследования мясного подкомплекса АПК области в условиях формирующихся рыночных отношений
22. Формирование регионального рынка страховых услуг населению
23. Маркетинговое обеспечение инновационного процесса на предприятиях
24. Маркетинговые стратегии в рекламной деятельности предприятия
25. Развитие оптовой торговли в новых условиях хозяйствования (на примере плодоовощной продукции)
26. Формирование и развитие стратегического маркетинга в коммерческом банке
27. Развитие комплекса маркетинга в коммерческом банке
28. Исследование функций международного маркетинга в системе международных экономических отношений
29. Комплексное маркетинговое исследование: применение международного опыта в Казахстане
30. Конкурентоспособность товара и услуги в системе торгового маркетинга

Зав. кафедрой «Маркетинг и сервис»



Ш.Е. Муталляпова

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Маркетинг и сервис»

Протокол № 3 от «15» 10 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ

Первый заместитель

Председателя Правления

АО КАГУ им. С. Сейфуллина

А.М. Абдыров

2020г



Тематика

докторских диссертаций PhD

**8D041- «Бизнес и управление», образовательная программа 8D041 –
«Маркетинг» на 2020-2021 год**

1. Маркетинг в стратегическом управлении сбытовой деятельностью АПК (на примере области)
2. Роль маркетинговых услуг в развитии технической оснащенности сельскохозяйственного производства (на примере области)
3. Стратегия маркетинга в эпоху цифровой экономики
4. Разработка модели управления кооперативами в АПК на основе маркетинга взаимодействия
5. Маркетинговая инновационная политика организации в условиях глобализации мирового рынка
6. Обоснование направлений совершенствования организационно-правового обеспечения маркетинговой деятельности организации
7. Концепция маркетинга взаимоотношений и направления ее реализации в организации
8. Концепция социально-этичного маркетинга и направления ее реализации в организации
9. Формирование методического обеспечения функционирования маркетинговой информационной системы организации
10. Маркетинговые исследования в организации и пути их совершенствования
11. Инновационные направления маркетинговых исследований в организации
12. Обоснование направлений повышения эффективности функционирования организации на основе исследования среды маркетинга
13. Обоснование направлений повышения эффективности функционирования организации на основе маркетинговых исследований конкурентной среды
14. Обоснование направлений повышения эффективности функционирования организации на основе маркетинговых исследований потребителей
15. Обоснование направлений повышения эффективности функционирования организации на основе маркетинговых исследований рынка
16. Формирование и развитие маркетинговой информационной системы организации на основе современных информационных технологий
17. Сегментация рынка в системе стратегического маркетингового планирования организации

- 18.Обоснование маркетинговой стратегии выхода организации на целевой рынок
- 19.Разработка стратегии позиционирования товаров организации на целевом рынке и обоснование маркетинговых инструментов по ее реализации
- 20.Совершенствование управления развитием маркетинговой товарной политики организации
- 21.Пути повышения конкурентоспособности товаров организации на основе маркетинга инноваций
- 22.Обоснование направлений совершенствования маркетинговой деятельности организации на основе технологий бренд-менеджмента
- 23.Разработка маркетинговой программы организации по внедрению на рынок новых товаров
- 24.Ценовая политика в маркетинговой деятельности организации и пути ее совершенствования
- 25.Сбытовая политики организации и пути ее совершенствования
- 26.Коммуникационная политика организации и пути ее совершенствования
- 27.Обоснование направлений совершенствования маркетинговой деятельности организации на основе инновационных технологий маркетинговых коммуникаций
- 28.Совершенствование планирования рекламных кампаний в маркетинговой деятельности организации
- 29.Обоснование направлений совершенствования коммуникативной политики организации на основе интернет-маркетинга
- 30.Совершенствование механизма управления международным маркетингом организации в условиях глобализации мировой экономики
- 31.Совершенствование международного маркетинга организации на основе инновационных технологий продвижения продукции на внешние рынки

Зав. кафедрой «Маркетинг и сервис»



Ш.Е. Муталляпова

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Маркетинг и сервис»
Протокол № 3 от «15» 10 2020г.