



APROBAT la ședința
departamentului
Teorie Economică și Marketing
din 27.06.2024,
Procesul verbal nr.13

Темы дипломных работ – учебная программа 0414.1 Маркетинг и логистика, учебный год 2024–2025

1. Развитие методов эмоциональных продаж: создание уникальных моментов для клиентов
2. Оценка психологии потребителя: мотивы и решения о покупке
3. Анализ маркетинговой политики национальных компаний на рынке новых автомобилей
4. Оценка роли и места маркетинга в национальной экономике в свете стремления к вступлению в общий рынок ЕС
5. Изучение маркетинговых стратегий для поколения Z, используемых компаниями, производящими мобильные телефоны
6. Разработка и применение маркетинговых приемов для привлечения туристической аудитории в сегменте HoReCa
7. Разработка плана маркетинга по запуску нового продукта для малого бизнеса
8. Создание способов повышения сбытовой активности на предприятии
9. Анализ роли видеоконтента в современной маркетинговой стратегии
10. Анализ роли лидеров команд в мотивации и руководстве успешным отделом продаж
11. Оценка влияния искусственного интеллекта на стимулирование покупок и формирование лояльности клиентов
12. Использование инструментов цифрового маркетинга для продвижения услуг эстетической медицины
13. Анализ влияния цифрового маркетинга на принятие потребителем решения о покупке
14. Оптимизация логистических процессов путем внедрения технологий автоматизации
15. Оценка эффективности маркетинговых кампаний влияния в продвижении брендовых продуктов
16. Выявление логистических проблем в международной электронной коммерции
17. Определение эффективных стратегий персонализации маркетинговых сообщений с помощью искусственного интеллекта
18. Анализ влияния устойчивого развития на маркетинговые решения компаний
19. Исследование роли опыта бренда в формировании лояльности потребителей
20. Изучение методов минимизации рисков цепочки поставок в условиях глобального кризиса
21. Анализ стратегий управления возвратом через обратную логистику
22. Выявление факторов, влияющих на решение о покупке в ремаркетинговых кампаниях
23. Изучение влияния искусственного интеллекта на бизнес-модели и его применение в хозяйствующих субъектах
24. Анализ внутренней и внешней маркетинговой среды предприятия
25. Анализ влияния внешней среды на деятельность фирмы
26. Реализация маркетинговых стратегий предприятия в контексте конкурентной среды
27. Анализ использования инструментов онлайн-маркетинга в развитии деятельности предприятия
28. Продвижение и стимулирование сбыта агропродовольственной продукции на внешних рынках
29. Эффективность организационного поведения для развития бизнеса
30. Изучение влияния маркетинговой деятельности на конкурентоспособность фирмы



APROBAT la ședința
departamentului
Teorie Economică și Marketing
din 27.06.2024,
Procesul verbal nr.13

31. Анализ и сегментация поведения покупателей сельскохозяйственной продукции в Республике Молдова
32. Исследование коммерческих технологий управления запасами на предприятиях
33. Анализ комплекса маркетинга компании
34. Анализ восприятия бренда потребителями
35. Анализ товарной политики компании
36. Анализ портфеля продуктов и брендов компании
37. Создание альтернативных стратегий для повышения лояльности клиентов и их лояльности
38. Разработка стратегии упаковки продукции
39. Оценка маркетинговой среды компании
40. Изучение поведения потребителей при покупке экологически чистых продуктов
41. Изучение мотивации как фактора, определяющего поведение потребителей
42. Выявление факторов, влияющих на решение потребителей о покупке продукции
43. Выявление факторов, влияющих на решение потребителей о покупке экологически чистых и устойчивых продуктов
44. Изучение поведения потребителей образовательных (или других) услуг
45. Изучение отношения потребителей к продукции фирмы
46. Анализ логистической цепи на предприятии
47. Разработка логистической цепи на предприятии
48. Разработка плана продвижения предприятия
49. Разработка плана снабжения предприятия
50. Анализ и контроль эффективности маркетинговой деятельности на предприятиях
51. Разработка маркетингового плана предприятия
52. Изучение рынка имущественных услуг
53. Исследование рынка транспортных услуг
54. Исследование рынка рекламных услуг
55. Анализ лояльности и удовлетворенности потребителей экопродуктов
56. Анализ маркетинговой деятельности на предприятиях
57. Стратегический маркетинговый подход некоммерческих организаций
58. Анализ рекламного рынка в Республике Молдова
59. Разработка медиапланирования на предприятии
60. Определение влияния мобильной рекламы на аспект принятия решений потребителем
61. Внедрение электронного маркетинга в деятельность коммерческой (промышленной и т.д.) компании
62. Подход к маркетинговым стратегиям в области предоставления услуг мобильной телефонии
63. Разработка контент-маркетинговой кампании для продвижения имиджа товара или услуги
64. Анализ устойчивости внутрикорпоративного маркетинга
65. Реализация маркетинговой политики на предприятии
66. Использование эко-дизайна в брендинге и ребрендинге продукции
67. Подход к маркетинговой этике в бизнесе
68. Подход к маркетинговым стратегиям в дошкольном образовании
69. Рассмотрение новых маркетинговых стратегий на предприятии в контексте регионального контекста
70. Влияние рекламной кампании на эффективность продаж на предприятии



APROBAT la ședința
departamentului
Teorie Economică și Marketing
din 27.06.2024,
Procesul verbal nr.13

71. Разработка коммуникационной программы и организация рекламы на предприятии
72. Разработка политики и стратегии управления брендами предприятий
73. Применение Public Relations - как инструмента корпоративной коммуникации
74. Подход к прямому маркетингу в организациях сферы услуг
75. Анализ развития товарной политики в хозяйствующих субъектах
76. Исследование спроса и потребления новых технологий в сфере агропродовольственной продукции
77. Анализ особенностей логистики поставок в агропродовольственных предприятиях
78. Развитие маркетинговой деятельности на предприятиях сферы услуг
79. Анализ особенностей распределительной логистики в коммерческих предприятиях
80. Разработка новых продуктов на предприятии с целью привлечения потенциальных потребителей
81. Разработка стратегий привлечения потребителей на предприятиях сферы услуг
82. Развитие электронного маркетинга на молдавских предприятиях
83. Анализ подходов и инструментов для планирования стратегии цифрового маркетинга на предприятиях
84. Внедрение стратегий цифрового маркетинга на предприятии
85. Развитие и продвижение онлайн-представительства компании
86. Анализ методов и результатов использования социальных сетей для продвижения имиджа бренда компании
87. Оценка тенденций цифрового маркетинга на молдавском рынке
88. Планирование и реализация рекламных кампаний на предприятии
89. Анализ и оптимизация маркетинг-микса в компании
90. Реализация товарной политики компании
91. Эффективность работы отдела продаж в компании
92. Анализ методологии и практических приложений, используемых в исследованиях поведения потребителей
93. Анализ стратегий размещения и продвижения товара на рынке
94. Планирование, разработка и реализация коммуникационной стратегии компании
95. Анализ и применение маркетинговых инструментов для обеспечения конкурентоспособности предприятия
96. Управление продажами в компании
97. Анализ особенностей маркетинга на малых и средних предприятиях
98. Развитие маркетинговой функции на предприятии: стратегии и реализация
99. Анализ имиджа бренда и его роли в успехе компании на рынке
100. Планирование и оптимизация организации цепочки поставок
101. Оптимизация логистической деятельности в компании
102. Развитие системы дистрибуции на предприятии
103. Анализ и развитие системы складирования на предприятии
104. Анализ методов и последствий внедрения модернизированной системы оптимизации складирования и распределения товаров
105. Оптимизация транспортных операций: стратегии, эффективность и влияние на конкурентоспособность логистики
106. Оптимизация импортных (экспортных) операций с товарами на предприятии: стратегии, эффективность и влияние на эффективность торговли
107. Оптимизация транспортно-экспедиторских операций и влияние на прибыльность компании