

АНО ВО «Российский новый университет»

Кафедра Менеджмента

**СПИСОК ТЕМ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ
РАБОТ**

(магистерских диссертаций)

по направлению подготовки

38.04.02 – «Менеджмент»,

направленность - «Международный менеджмент и маркетинг»

**Утвержден на заседании
кафедры**

**«11» сентября 2019 г. Протокол
№ 2**

1. Интернационализация бизнеса и деятельность современных компаний (страна и отрасль по выбору)
2. Глобальная конкуренция и пути обеспечения конкурентоспособности фирмы (страна и отрасль по выбору)
3. Стратегии выхода иностранных фирм на российский рынок
4. Стратегии развития международных компаний в современных условиях (отрасль и фирма по выбору)
5. Современная система менеджмента в крупных компаниях (отрасли и фирмы по выбору)
6. Современные особенности организационного развития международных
7. компаний
8. Организация деятельности и управление сложными структурами (холдингами, ФПГ, консорциумами) (страна и отрасль по выбору)
9. Информационно-коммуникационные технологии современных компаний (страна и фирма по выбору)
10. Электронный бизнес и его влияние на менеджмент компании
11. Новые технологии менеджмента в международных компаниях (TQM, Sigma, Lean Production, Enterprise Resource Planning Balanced Scorecard и др.) (фирмы по выбору)
12. Управление знаниями в системе менеджмента современных компаний
13. Организация контроля и оценка эффективности в международных компаниях (фирма по выбору)
14. Современные формы и методы слияний и поглощений международных компаний
15. Влияние слияний и поглощений на конкурентоспособность ТНК
16. Стратегические альянсы и глобальная конкуренция (рынок по выбору)
17. Реинжиниринг в управлении международных фирм
18. Управление изменениями и трансформация деятельности международных компаний (страна и фирма по выбору)
19. Аутсорсинг в стратегиях современных компаний
20. Теория и практика инновационного менеджмента и его особенности в компании (фирма по выбору)
21. Особенности управления персоналом в современных условиях (страна и фирма по выбору)
22. Управление компаниями в условиях мирового финансово-экономического кризиса (фирма по выбору)
23. Управление проектами в системе менеджмента крупных компаний
24. Особенности финансового менеджмента компаний
25. Основы бизнес-планирования и оценки инвестиционных проектов
26. Экономика и управление фирмой малого бизнеса (страна и фирма по выбору)
27. Управление международным проектом
28. Антикризисное управление в зарубежной фирме
29. Интегрированная логистика в управлении компанией
30. Совершенствование (создание) логистической системы ...
31. Совершенствование имиджа организации как фактора повышения эффективности ее деятельности и конкурентоспособности.
32. Совершенствование методов ресурсосбережения как фактора развития организации
33. Совершенствование методов управления коммуникациями на предприятии ... сферы.

34. Совершенствование системы информационного обеспечения управления ...
35. Совершенствование системы стратегического менеджмента в ... сфере.
36. Совершенствование системы управления инвестициями в ... сфере.
37. Совершенствование системы управления маркетингом в ... сфере.
38. Совершенствование системы управления продажами в сфере...
39. Совершенствование системы управления развитием персонала организации ...
40. Совершенствование системы управления снабжением ...
41. Совершенствование стратегии управления организацией на основе разработки маркетинговой стратегии
42. Совершенствование управления производственной инфраструктурой предприятия ...
43. Стратегия проектирования организационной структуры организации и оценка ее экономической эффективности
44. Стратегия развития организационной культуры в организации как фактор эффективности деятельности организации.
45. Стратегия ресурсосбережения в организации
46. Стратегия социальной и экономической ответственностью бизнеса
47. Стратегия управления организацией в условиях глобализации деятельности ...
48. Управление внешнеэкономической деятельностью организации.
49. Управление инновациями в организации (на примере)
50. Управление конкурентоспособностью организации ...
51. Управление логистическими процессами на предприятии ...
52. Управление многонациональным персоналом в организации ...
53. Управление организационными изменениями.
54. Управление стратегическими изменениями в организации ...
55. Стратегический маркетинг: новые акценты и технологии
56. Современные стратегии управления брендами
57. Оценка капитала бренда: методы и результаты
58. Развитие дистрибьюторской сети на российском рынке.
59. CRM: новая форма внутрифирменной координации
60. Маркетинг партнерских взаимоотношений: специфика управления и инструментария
61. Маркетинг в сетевой организации бизнеса.
62. Новый инструментарий стратегического управления: маркетинговая составляющая
63. Система стратегических целей компании и их трансформация в показатели
64. Стратегии выстраивания взаимоотношений с клиентами.
65. Стратегии управления поставщиками.
66. Маркетинг, ориентированный на стоимость: возможности и особенности
67. использования в компаниях, производящих товары и услуги для бизнеса.
68. Анализ и учёт рисков при управлении маркетингом на рынках B2B
69. Анализ эффективности затрат на маркетинг организации, работающей на рынках товаров для бизнеса
70. Методические аспекты маркетингового обеспечения бизнес-планирования
71. Разработка стратегии маркетинга при бизнес-планировании (развития фирмы,
72. создания нового бизнеса и т.д.)
73. Исследование возможностей повышения эффективности маркетинговой
74. деятельности компании, работающей на рынке B2B
75. Исследование маркетинговых аспектов развития компании
76. Повышение эффективности управления маркетингом на предприятии
77. Особенности маркетинговой деятельности в предпринимательских организациях
78. Сравнение международной маркетинговой стратегии мультинациональных компаний в разных странах

79. Современные изменения в маркетинге и их реализация в деятельности компаний
80. Пути и методы разработки программ потребительской лояльности
81. Продуктовые стратегии в условиях кризиса
82. Маркетинг сетевого взаимодействия предприятий малого и среднего бизнеса
83. CRM в российских компаниях
84. Ориентация на клиентов как источник конкурентного преимущества
85. Разработка стратегии CRM для российских компаний
86. Разработка и реализация маркетинговой стратегии компании
87. Новые направления развития маркетинга
88. Маркетинг взаимоотношений в России и за рубежом
89. Межфирменное сетевое взаимодействие
90. Маркетинговые аспекты взаимодействия в межфирменных объединениях (альянсы, кластеры, виртуальные организации)
92. Международная маркетинговая стратегия кластеров предприятий (на примере ...)
93. Брендальные альянсы на мировых рынках
94. Совместный брендинг (ко-брендинг) в странах БРИКС
95. Маркетинг на рынках стран БРИКС: основные отличия и модели управления
96. Особенности маркетинговой стратегии транснациональных корпораций в странах БРИКС
97. Маркетинговая стратегия розничных сетей в России и за рубежом
98. Разработка маркетинговой стратегии международной компании на российском рынке (на примере компании...)
99. Выход на международные рынки: новые возможности и угрозы для российских предприятий
100. Международная маркетинговая деятельность российских предприятий
101. Маркетинговые аспекты предпринимательской деятельности
102. Маркетинг и предпринимательство: российский и зарубежный опыт
103. Особенности маркетинга партнерских отношений и сетевого взаимодействия малых и средних предприятий
104. Развитие дистрибьюторских сетей (на российском рынке, на международных рынках)
105. Сениор-маркетинг: зарубежный опыт и перспективы развития в России
106. Маркетинг инноваций
107. Специфика маркетинга инноваций на российских рынках
108. Маркетинга взаимоотношений в деятельности российских компаний
109. Разработка маркетинговой стратегии компании при продвижении товара на рынок
110. Применение международного опыта в сфере адаптации персонала в российской практике управления
111. Современные международные стратегии управления брендами
112. Новые технологии менеджмента в международных компаниях и их применение в деятельности отечественных организаций
113. Внедрение инновационных технологий управления бизнесом в деятельность современной компании