

**Перечень тем магистерских работ
для магистрантов специальности 1-25-80-01 «Экономика»,
профиль «Экономика и инновационное развитие бизнеса»
в 2023-2024 учебном году**

№ п/п	Тема
1.	Инновационные технологии в сфере консалтинговых услуг
2.	Эмбиент медиа как инновационный формат рекламного сообщения
3.	Инновационные формы предпринимательства и самозанятости в малых городах
4.	Совершенствование механизма финансирования инновационной деятельности
5.	Развитие инновационной деятельности на рынке коммерческой недвижимости
6.	Механизм создания альтернативной торговой сети, как инструмент инновационного развития розничной торговли
7.	Управление инновациями в сфере ЖКХ
8.	Разработка инновационных подходов по оценке уровня цифровой доступности онлайн сервисов
9.	Инновационные образовательные технологии при подготовке экономистов
10.	Инновационная деятельность банковского сектора Республики Беларусь
11.	Инновационная политика предприятия мебельной отрасли
12.	Разработка инноваций в управлении предприятием (организации)
13.	Инновационные технологии в маркетинговых исследованиях
14.	Инновации в социальном предпринимательстве
15.	Механизм функционирования торговых сетей в условиях инновационного развития экономики
16.	Разработка стратегии инновационного развития предприятия в сфере оптовой торговли
17.	Инновационные методы продвижения организации: маркетинговые инструменты и оценка их эффективности
18.	Современные тенденции и внедрение инноваций в ресторанный бизнес
19.	Оценка эффективности инвестиционных проектов в атомной энергетике Республики Беларусь

Утверждено
на заседании кафедры международного бизнеса и маркетинга
протокол №8 от 31.08.2023г.

И.о. зав. кафедрой
международного бизнеса и маркетинга

А.И. Чигрина

Согласовано:
ГУ «Администрация СЭЗ «Гродноинвест»,
начальник отдела маркетинга

Д.Ч. Шулейко

**Перечень тем курсовых работ
для магистрантов специальности 1-25-80-01 «Экономика»,
профиль «Экономика и инновационное развитие бизнеса»
в 2023-2024 учебном году**

№ п/п	Тема
1.	Оценка применения инновационных технологий в сфере консалтинговых услуг
2.	Анализ эмпатии медиа в рекламной деятельности
3.	Внедрение инновационных форм предпринимательства и самозанятости в малых городах
4.	Проблемы совершенствования механизма финансирования инновационной деятельности
5.	Анализ инновационной деятельности на рынке коммерческой недвижимости
6.	Разработка механизма создания альтернативной торговой сети, как инструмент инновационного развития розничной торговли
7.	Оценка и анализ возможностей инноваций в сфере ЖКХ
8.	Сравнительный анализ инновационных подходов по оценке уровня цифровой доступности онлайн сервисов
9.	Исследование применения инновационных образовательных технологий при подготовке экономистов
10.	Анализ инновационной деятельности банковского сектора Республики Беларусь
11.	Разработка инновационной политики предприятия мебельной отрасли
12.	Разработка инноваций в управлении предприятием (организацией)
13.	Применение инновационных технологий в маркетинговых исследованиях
14.	Сравнительный анализ инноваций в социальном предпринимательстве
15.	Механизм функционирования торговых сетей в условиях инновационного развития экономики
16.	Разработка стратегии инновационного развития предприятия в сфере оптовой торговли
17.	Инновационные методы продвижения организации: маркетинговые инструменты и оценка их эффективности
18.	Современные тенденции и внедрение инноваций в ресторанный бизнес
19.	Оценка эффективности инвестиционных проектов в атомной энергетике Республики Беларусь

Утверждено
на заседании кафедры международного бизнеса и маркетинга
протокол №8 от 31.08.2023г.

И.о. зав. кафедрой
международного бизнеса и маркетинга

Согласовано:
ГУ «Администрация СЭЗ «Гродноинвест»,
начальник отдела маркетинга

А.И. Чигрина

Д.Ч. Шулейко

**Перечень тем дипломных работ
для студентов специальности «Мировая экономика»
в 2023-2024 учебном году**

№	Название темы
1.	Повышение конкурентоспособности национальной экономики в условиях глобализации (на примере страны)
2.	Международное сотрудничество в сфере туризма.
3.	Инновационное развитие как фактор устойчивого развития Гродненского региона.
4.	Развитие внешнеэкономических связей Гродненского региона.
5.	Внешнеторговая политика Республики Беларусь.
6.	Роль малого и среднего бизнеса в развитии экспорта в Республике Беларусь
7.	Стимулирование экспорта высокотехнологической продукции в Республике Беларусь.
8.	Инвестиционный климат Республики Беларусь: особенности формирования и проблемы оценки.
9.	Международные лизинговые операции и их роль в развитии национальной экономики Республики Беларусь.
10.	Совершенствование конкурентной стратегии иностранного (совместного) предприятия на рынке товаров и услуг Республики Беларусь.
11.	Экономические последствия региональной интеграции стран (на примере ЕАЭС)
12.	Особенности и направления развития внешней торговли Республики Беларусь.
13.	Стратегия формирования экспортоориентированной экономики Республики Беларусь
14.	Совершенствование внешнеторговой стратегии Республики Беларусь в современной экономике
15.	Стратегия интеграции экономики Республики Беларусь в глобальную экономику
16.	Международная торговля услугами и ее особенности в условиях постиндустриальной экономики
17.	Международная миграция рабочей силы и его воздействие на экономику страны
18.	Эффективность привлечения и использования иностранных кредитов (на примере...)
19.	Механизм привлечения прямых (портфельных) иностранных инвестиций в Республику Беларусь.
20.	Развитие совместного предпринимательства в Республике Беларусь (на примере...)
21.	Повышение эффективности функционирования совместных (иностраннх) предприятий в Республике Беларусь (на примере...)
22.	Мировой опыт привлечения зарубежных инвестиций и возможности его использования в Республике Беларусь
23.	Организация внешнеэкономической деятельности предприятия и направления повышения ее эффективности (на конкретном примере)
24.	Формы и методы организации работы белорусских экспортеров на зарубежном рынке (на примере конкретного предприятия)
25.	Организация зарубежной сбытовой сети предприятия и ее совершенствование (на примере конкретного предприятия)
26.	Стратегическое планирование маркетинговой деятельности предприятия-экспортера (на примере конкретной фирмы)

27.	Реализация национальной политики стимулирования экспортного производства в Республике Беларусь (на примере конкретного предприятия)
28.	Совершенствование банковского обслуживания субъектов внешнеэкономической деятельности (на примере конкретного банка)
29.	Организация и эффективность международных расчетов (на примере банка, фирмы)
30.	Организация и эффективность осуществления лизинговых услуг (на примере банка, фирмы)
31.	Международный рынок инжиниринговых услуг: организационные формы и особенности функционирования в Республике Беларусь
32.	Тарифные методы регулирования внешней торговли и пути их развития в ЕАЭС
33.	Совершенствование механизма нетарифного регулирования внешнеэкономической деятельности в ЕАЭС
34.	Международные расчеты коммерческого банка: механизм организации и направления повышения эффективности
35.	Рекламная деятельность на международном рынке: механизм организации и роль в системе международного маркетинга (на примере конкретного предприятия)
36.	Совершенствование организации международных перевозок (на примере конкретного предприятия)
37.	Повышение эффективности международной торговли в сфере электронной коммерции
38.	Сертификация качества экспортной и импортной продукции в ЕАЭС как метод нетарифного регулирования внешнеэкономической деятельности
39.	Стимулирование привлечения иностранных инвестиций в Республике Беларусь
40.	Направления повышения эффективности интеграционных связей Республики Беларусь
41.	Роль СЭЗ в развитии экономики Гродненского региона
42.	Экспортный потенциал Республики Беларусь и пути его повышения
43.	Конкурентоспособность экспортной продукции предприятия и пути ее повышения (на примере....)
44.	СЭЗ в экономике Республики Беларусь: экономическая роль, оптимизация их функционирования
45.	Особенности и основные направления развития внешней торговли в Республике Беларусь
46.	Мировой опыт создания СЭЗ и его применение в Республике Беларусь
47.	Создание и деятельность национальных инвестиционных агентств: анализ зарубежного опыта и перспективы РБ
48.	Оценка состояния внешнеэкономической деятельности и пути повышения эффективности (на конкретном примере субъекта хозяйствования)
49.	Оценка внешнеторговых связей региона в контексте устойчивого развития экономики (на примере...)
50.	Организация внешнеэкономической деятельности предприятия и направления ее совершенствования (на примере ...)
51.	Планирование внешнеэкономической деятельности предприятия и направления его совершенствования (на примере ...)
52.	Внешнеторговый оборот и пути его совершенствования (на примере ...)
53.	Эффективность внешнеторговых сделок: механизм и методология расчета
54.	Экономическая эффективность внешнеторговой деятельности предприятия: методы измерения, оценка и пути повышения.
55.	Оценка экспортного потенциала конкретного предприятия

56.	Анализ финансовых результатов СП и направления его совершенствования
57.	Развитие совместного предпринимательства в Республике Беларусь (на примере...)
58.	Формы и методы работы белорусских экспортеров на зарубежных рынках (на примере ...)
59.	Международные транспортные операции: организация и пути повышения эффективности
60.	Экспорт РБ: роль, оценка состояния и пути повышения эффективности
61.	Импорт РБ: оценка состояния и пути оптимизации
62.	Внешняя торговля услугами в РБ: состояние и пути оптимизации
63.	Внешняя торговля услугами в Гродненском регионе и пути ее оптимизации
64.	Экономическая эффективность инновационного проекта на основе привлечения иностранных инвестиций (на примере конкретного инновационного проекта)

Примечание:

Темы согласовываются с научным руководителем, и утверждаются в установленном порядке.

Утверждено

на заседании кафедры международного бизнеса и маркетинга
протокол №9 от 31.08.2023г.

И.о. заведующего кафедрой
международного бизнеса и маркетинга



А.И. Чигрина

Согласовано:
ГУ «Администрация СЭЗ «Гродноинвест»,
начальник отдела маркетинга



Д.Ч. Шулейко

**Перечень тем дипломных работ
для студентов специальности «Электронный маркетинг»
в 2023-2024 учебном году**

№	Название темы
1.	Интернет-маркетинг как инструмент привлечения клиентов предприятия (на примере)
2.	Лояльность клиентов на рынке программных расширений для (на примере)
3.	Стратегия вывода на рынок нового программного продукта (на примере)
4.	Маркетинг отношений как способ взаимодействия с партнерами (на примере)
5.	Привлечение и удержание клиентов компании на рынке ИТ-услуг (на примере)
6.	Формирование стратегии продвижения мобильного приложения (на примере)
7.	Личные продажи как инструмент маркетинга ИТ-продуктов и услуг на внешних рынках (на примере)
8.	Маркетинг в сфере разработки программных продуктов (на примере)
9.	Маркетинг аутсорсинговых услуг по тестированию программного обеспечения (на примере)
10.	Ассортиментная политика предприятия в сфере услуг по поисковому продвижению (на примере)
11.	Совершенствование управления маркетинговой деятельностью организации (на примере).
12.	Разработка маркетинговой стратегии организации (на примере).
13.	Совершенствование функционирования службы маркетинга (на примере).
14.	Разработка стратегии сегментирования рынка (на примере рынка B2B или B2C).
15.	Исследование конъюнктуры рынка выпускаемой продукции/услуг (на примере).
16.	Организация маркетинговых исследований на примере).
17.	Разработка (или совершенствование) программы маркетинговых исследований (на примере).
18.	Исследование особенностей поведения покупателей на рынке товаров или услуг (на примере рынка B2B или B2C).
19.	Разработка стратегии позиционирования продукта на рынке (на примере рынка B2B или B2C).
20.	Анализ политики ценообразования предприятия и направления ее совершенствования (на примере).
21.	Организация сбытовой деятельности предприятия и направления ее совершенствования (на примере).
22.	Анализ и совершенствование системы дистрибуции продукции (на примере).
23.	Управление продажами на предприятии (на примере).
24.	Внедрение технологий интернет-маркетинга предприятия (на примере).

25.	Совершенствование маркетинговых технологий продвижения продукции в интернет – среде (на примере).
26.	Управление интернет магазином (на примере).
27.	Инструменты электронного маркетинга (на примере).
28.	Коммуникативная политика организации в сети Интернет (на примере).
29.	Организация рекламной деятельности предприятия (на примере).
30.	Формирование плана рекламной кампании предприятия (на примере).
31.	Оценка эффективности рекламной кампании предприятия (на примере).
32.	Формирование фирменного стиля организации (на примере).
33.	Формирование портрета потребителя продукта (на примере).
34.	Методы продвижения информационных услуг на рынке (на примере).
35.	Позиционирование продукта на рынке (на примере рынка B2B или B2C).
36.	Анализ деятельности предприятия (организации) по презентации продукции (услуг) (на примере рынка B2B или B2C).
37.	Технология продвижения продукта на внешних рынках (на примере).
38.	Особенности стратегии продвижения услуг в организации (на примере).
39.	Анализ использования технологий мерчандайзинга в торговой организации (на примере).
40.	Интернет - технологии в маркетинговой деятельности предприятия (на примере).
41.	Исследование мотивации потребителей (на примере).
42.	Интернет-банкинг и интернет-трейдинг как инструменты маркетинга при продвижении банковских услуг (на примере).
43.	Разработка стандарта обслуживания клиентов организации (на примере).
44.	Технологии вирусного маркетинга (на примере)
45.	Интернет – реклама и ее роль в продвижении товаров или услуг.
46.	Технология продвижения продукта на внешних рынках (на примере).
47.	Совершенствование системы сквозной веб-аналитики (на примере)
48.	Разработка Web-сайта организации сферы услуг (на примере)
49.	Маркетинговый инструмент сетевое взаимодействие организации с потребителями товаров на рынке электронной торговли (на примере)
50.	Web-сайт как инструмент маркетинговой деятельности предприятия (на примере)
51.	Интерактивность сайта как фактор повышения конкурентоспособности предприятия (на примере)
52.	Web-сайт как инструмент товарной политики предприятия (на примере)
53.	SMM как инструмент интернет-маркетинга (на примере)

54.	Интернет-маркетинг как инструмент повышения эффективности деятельности торгового предприятия (на примере)
55.	Оценка и повышение юзабилити сайта как средства коммуникации с клиентами (на примере)
56.	Использование концепции эмоционального веб-дизайна для повышения конверсии трафика на сайте (на примере)
57.	Мобильный маркетинг как инструмент маркетинговой деятельности предприятия (на примере)
58.	Медиа планирование в интернет-маркетинге (на примере)
59.	Оптимизация конверсией в сфере электронной коммерции (на примере)
60.	Веб-аналитика как механизм изучения онлайн-поведения потребителей (на примере)
61.	Оценка уровня качества IT-разработок и направления его повышения (на примере)
62.	Выбор и реализация стратегии интернет-маркетинга на базе мониторинга социальных медиа (на примере)
63.	Продвижение товара/услуги/бренда в социальных сетях (на примере)
64.	Продвижение товара/услуги/бренда посредством мобильного приложения (на примере)
65.	Продвижение товар/услуги/бренда/организации в Instagram (на примере)
66.	Использование CRM-систем для реализации прямого маркетинга (на примере)
67.	Использование сторителлинга в маркетинговых коммуникациях (на примере)
68.	Блогинг как инструмент продвижения товара/услуги/бренда (на примере)
69.	Видеоблогинг в системе маркетинговых коммуникаций предприятия (на примере)
70.	Визуализация как стратегия повышения эффективности маркетинговых коммуникаций (на примере)
71.	Система маркетинговых коммуникаций компании-дистрибьютора IT-продуктов (на примере)
72.	Система маркетинговых коммуникаций предприятия в сфере разработки веб-сайтов (на примере)
73.	Интегрированные маркетинговые коммуникации на рынке интернет-услуг (на примере)
74.	Маркетинговые коммуникации предприятия в сфере интернет-услуг (на примере)
75.	Маркетинговые коммуникации социально-ориентированного предприятия (на примере)
76.	Система продвижения ERP-систем на B2B-рынке (на примере)
77.	Маркетинговые подходы к формированию цены и их внедрение на предприятии (на примере)
78.	Ценообразование в электронной коммерции (на примере)

79.	Использование инструментов партизанского маркетинга в деятельности предприятия (на примере)
80.	Управление ключевыми клиентами компании (на примере)
81.	Личные продажи и их роль в повышении эффективности деятельности предприятия (на примере)
82.	Эффективность продвижения бренда в социальных медиа (на примере)
83.	Маркетинговая стратегия продвижения товаров интернет-магазина (на примере)
84.	Ребрендинг как маркетинговый инструмент повышения конкурентоспособности (на примере)
85.	Формирование стратегии продвижения мобильного приложения (на примере)
86.	Маркетинговая стратегия формирования спроса на услуги (на примере)
87.	Интеграция маркетинговых инструментов организации на рынке интернет-услуг (на примере)
88.	Стратегическое планирование в интернет-маркетинге (на примере)
89.	Использование информационных технологий в маркетинговой логистике (на примере)
90.	Совершенствование маркетинговых технологий продвижения продукции в интернет-среде (на примере)

Примечание:

Тематика рассчитана на выполнение работ по данным конкретного предприятия. Темы согласовываются с научным руководителем, и утверждаются в установленном порядке.

Утверждено

на заседании кафедры международного бизнеса и маркетинга
протокол №9 от 31.08.2023г.

И. о. заведующего кафедрой
международного бизнеса и маркетинга

А.И. Чигрина

Самосовало.

Каз. экономического
ОАО "Гродненская
фабрика "Кеман"



А.И. Чигрина