

СПИСЪК

с примерни теми за изготвянето на курсова работа, свързана с проведен преддипломен стаж (специалност „Бизнес мениджмънт и предприемачество“)

1. Бизнес-план на фирма „X“.
2. Организация на дейността на фирма „X“.
3. Икономически анализ на фирма „X“.
4. Управление на риска на примера на фирма „X“.
5. Управление на малък и среден бизнес.
6. Предприемачески стратегии.
7. Контрол на фирмената дейност.
8. Лидерство и стил на управление.
9. Мотивация на персонала на примера на фирма „X“.
10. Стратегическо планиране на фирмено равнище.
11. Маркетингов процес и планиране на маркетинг дейността на фирмата.
12. Методи и форми за въздействие на различните видове фактори върху поведението на потребителя.
13. Сегментирането на пазара – маркетингов подход за успешно участие в конкурентната борба на пазара.
14. Организация и управление на маркетинг дейността в предприятие „X“.
15. Основни трудности и рискове при разработването и развитието на стоковата политика.
16. Разработване на стокова политика на фирмата.
17. Ценова политика на фирма „X“, адаптиране на цените и към пазарните условия, средства за поддържане на висока ценова конкурентоспособност.
18. Рекламна политика Рекламни проучвания – анализ на ефективността на рекламните обявления, анализ на ефективността на средствата каналите за реклама и анализ на ефективността рекламната дейност.
19. Възможности за използване на различни канали и средства за реклама, предимства и недостатъци в зависимост от предмета и целите на рекламата.
20. Маркетингова етика и социална отговорност на фирмите.
21. Маркетингово проучване на производствено предприятие.
22. Маркетингово проучване на услуги /фирмата да е в областта на услугите/.
23. Маркетингово проучване в туризма /на туристически продукти/.
24. Маркетингово проучване на търговско предприятие.
25. Кадрово осигуряване на маркетинг дейността – принципи и критерии за оценка на качествата на маркетинговите специалисти.
26. Организиране и осъществяване на рекламна кампания.
27. Насърчаване на продажбите, лични продажби и спонсориране.
28. Ситуационен анализ и стратегии за управление на фирмите.
29. Иновациите като средство за борба с конкуренцията.
30. Конкурентното предимство – бич за конкуренцията.
31. Използване на сравнителни методи за ценообразуване в предприятие „X“.

32. Организация на маркетинговия отдел и взаимовръзки с останалите отдели в предприятие „X“.
33. Оценка на съотношението между приходите и разходите като метод за вземане на решение за формиране на стоковия микс.
34. Структуриране и развитие на стоковия микс чрез сегментиране на пазара.
35. Маркетингови изисквания към комерсиализацията на стоките на различните етапи от техния жизнен цикъл.
36. Характеристика на дейностите, формиращи препродажбеното и следпродажбеното обслужване.