



ПРИМЕРНИ ТЕМИ

за дипломни работи за студентите ОКС „Магистър“
специалност „Маркетинг и бранд мениджмънт“

1. Проектиране на бранд стойности.
2. Проектиране на бранд идентичност на фирма/продукт
3. Проектиране на бранд комуникационни системи на фирма/организация
4. Анализ и оценка на бранд позиции на фирма/бранд.
5. Бранд експертиза на фирма/продукт
6. Разработване на стратегии за маркетингово бранд лидерство.
7. Бранд диагностика на фирма/продукт.
8. Бранд експертизи в бизнеса.
9. Маркетинговата автоматизация в полза развитието на бранда.
10. Разработване на бранд дигитални кампании.
11. Разработване на бранд дигитални стратегии.
12. Разработване на творческа стратегия в дигитална среда.
13. Разработване на медиа план в дигитална среда.
14. Оценка на бранд комуникационна ефективност.
15. Разработване на план на дигиталните продажби.
16. Стратегии на дигитални продажби.
17. Дигитално бранд позициониране и комуникационни стратегии.
18. Новите технологии в маркетинга на
19. Автоматизиране на маркетинговите процеси.....
20. Разработване на маркетингово приложение зав рамките на автоматизиран маркетинг.
21. Проектиране на интегриран маркетинг на територии.
22. Разработване на териториален бранд
23. Интегративен подход в разработването на локални брандове.
24. Изследване на конфликти в условия на маркетингово интегриране.
25. Анализ на удовлетвореността на клиентите от (компания, бранд.....).
26. Управление на оплакванията като средство за повишаване на клиентската удовлетвореност.



27. Управление на клиентската удовлетвореност в контекста на CRM.
28. Анализ на потребителската лоялност към (компания, бранд).
29. Програмите за лоялност като средство за управление на взаимоотношенията с клиентите.
30. Управление на взаимоотношенията с ключови клиенти (на примера на.....).
31. Управление на клиентски портфейл (на примера на.....).
32. Управление на клиентски портфейли (сравнителен, критичен анализ на модели, прилагани в компании).
33. CRM функционалностите като средство за управление на жизнения цикъл на клиента.
34. Насоки за усъвършенстване на практиките по управление на взаимоотношенията с клиенти в компания
35. Изграждане на бранд стратегия за компания
36. Създаване / оптимизиране на бранд стратегия за компания
37. Разработване на медиен план за бранд
38. Оценка на онлайн присъствието на бранд
39. Връзките с обществеността като начин за популяризиране на бранд
40. Оценка на ефектите от лицензионните договори между бранд и бранд
41. Изследване на техниките за създаване на стойност чрез вторични бранд асоциации от компания
42. Стратегия за управление на работодателския бранд на организация
43. Бранд комуникации в дигитална среда: успешни и неуспешни решения за българския бизнес.
44. Семиотичен анализ на бранд
45. Анализ на визуалната идентичност на бранд

06.03.2024 г.

Ръководител катедра:

/доц. д-р В. Жечев/