**Рекомендуемые темы магистерских диссертаций**

1. Особенности брендинга на В2В рынке
2. Маркетинговые эффекты коллаборации
3. Использование интернет технологий в маркетинге города
4. Формирование стратегии позиционирования
5. Система маркетинговой информации
6. Влияние внутреннего маркетинга на лояльность клиентов
7. Сеть личных контактов как фактор потребления услуг
8. Построение бренда
9. Особенности применения co-creation –маркетинга
10. Разработка концепции ребрендинга в товарной категории на основе потребительской ценности продукта
11. Разработка нового продукта на основе исследования потребительских предпочтений
12. Адаптация В2В бренда для регионального рынка В2С
13. Разработка концепции репозиционирования
14. Дифференциация логистического сервиса компании как фактор повышения конкурентоспособности
15. Разработка программы Интернет-продвижения