



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Чувашский государственный университет имени И.Н.Ульянова»
(ФГБОУ ВО «ЧГУ им. И.Н.Ульянова»)

Экономический факультет

ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ,
выпускающихся в 2025 году

Направление подготовки /специальность 38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль) / специализация Стратегическое управление конкурентоспособностью организации

Квалификация выпускника Магистр

№	Наименование тем выпускных квалификационных работ
1.	Стратегии развития предприятия в условиях конкурентной экономики.
2.	Анализ и оценка влияния факторов внешней среды на стратегическую конкурентоспособность организации.
3.	Анализ и оценка влияния факторов внутренней среды на стратегическую конкурентоспособность организации.
4.	Влияние интернационализации и глобализации рынков и отраслей на стратегическое управление организацией.
5.	Стратегические аспекты управленческих инноваций в деятельности организации.
6.	Бизнес-планирование в системе стратегического управления.
7.	Управление стратегической конкурентоспособностью организации.
8.	Формирование и совершенствование системы стратегического планирования предприятия.
9.	Программа внедрения стратегических изменений в организации.
10.	Разработка механизмов комплексного управления предприятием.
11.	Разработка модели оптимизации управления стратегическими зонами хозяйствования.
12.	Разработка и внедрение системы стоимостного управления на предприятии.
13.	Разработка и внедрение системы управления по целям.



14.	Стратегические аспекты реинжиниринга бизнес-процессов.
15.	Стратегическое управление прибылью коммерческого предприятия.
16.	Стратегическое позиционирование бизнеса в условиях неопределенности и риска.
17.	Управление организацией на основе стейкхолдерско-целевого подхода.
18.	Стратегическая диагностика развития отрасли.
19.	Стратегия развития промышленного кластера.
20.	Стратегическое управление организационной культурой предприятия.
21.	Совершенствование стратегии корпоративного управления организацией.
22.	Формирование кадровой стратегии предприятия.
23.	Эффективное управление человеческими ресурсами как фактор конкурентоспособности предприятия.
24.	Функциональные стратегии маркетинга на различных этапах жизненного цикла товара (услуги).
25.	Разработка инвестиционной стратегии предприятия.
26.	Формирование инновационной стратегии предприятия.
27.	Стратегии эффективного использования инноваций.
28.	Стратегии выбора целевых рынков.
29.	Разработка конкурентной стратегии предприятия.
30.	Формирование стратегических конкурентных преимуществ предприятия.
31.	Формирование брендовой политики предприятия.
32.	Разработка стратегии управления взаимоотношениями с клиентами.
33.	Разработка стратегии диверсификации предприятия.
34.	Анализ и прогнозирование рыночных тенденций и потребительского спроса.
35.	Стратегический анализ конкурентов.
36.	Бенчмаркинг как инструмент повышения конкурентоспособности.
37.	Формирование стратегии повышения конкурентоспособности организации.
38.	Маркетинговые технологии в повышении конкурентоспособности предприятия.
39.	Оценка эффективности реализации стратегии развития предприятия.
40.	Повышение конкурентоспособности предприятия на основе развития партнерских отношений.
41.	Социальная ответственность бизнеса как фактор его стратегической конкурентоспособности.
42.	Внедрение и реализация стратегического контроллинга в организации.
43.	Система управления качеством как фактор повышения конкурентоспособности.



44.	Разработка и внедрение системы сбалансированных показателей (ССП) как эффективного инструмента управления реализацией стратегии.
45.	Разработка метрики эффективности стратегического управления в организации.
46.	Использование бюджетирования в стратегическом управлении организацией.
47.	Использование стратегического менеджмента в антикризисном регулировании деятельности организации.
48.	Разработка конкурентной стратегии малого предприятия.
49.	Стратегические аспекты взаимоотношений акционерных обществ и их дочерних структур.
50.	Использование франчайзинга как формы стратегического развития бизнеса.

Утвержден на заседании Ученого совета факультета (протокол от 18.11.2024г. №10).

Зав. кафедрой менеджмента и маркетинга

И.А. Леонтьева