«Анализ и планирование продаж»

|  |  |
| --- | --- |
| **ФИО студента** | **Тема курсовой работы** |
| **ЗСФК-21** | |
| Астахова Ольга Сергеевна | Современные технологии повышения эффективности продаж |
| Бурмистрова Елизавета Александровна | Роль товарной политики в повышении эффективности продаж |
| Гвоздкова Марина Викторовна | Ценообразование как фактор управления продажами |
| Глазкова Ирина Александровна | Подбор персонала в отдел продаж |
| Гречишкина Анастасия Альбертовна | Стратегии продаж |
| Елисеева Жанна Валериевна | Прямой маркетинг |
| Ерофеева Светлана Александровна | Мерчендайзинг как метод повышения эффективности продаж |
| Иванова Мария Павловна | Продуктовый брендинг в стимулировании продаж |
| Лазаренко Марина Сергеевна | Особенности продаж на рынке B2G |
| Мелихова Марина Сергеевна | Выбор конкурентных преимуществ товара |
| Мельникова Алина Андреевна | Маркетинговая логистика |
| Найдёнова Елена Васильевна | Особенности работы с VIP-клиентами в сфере услуг |
| Нурахмедова Лена Илхамовна | Роль позиционирования продукта в повышении эффективности продаж |
| Сергеева Ирина Александровна | Роль маркетинга в обеспечении эффективных продаж |
| Симиника Андрей Маринович | Значение и анализ маркетинговых исследований при планировании продаж |
| Чистяков Данил Сергеевич | Сетевой маркетинг |
| Щёлокова Екатерина Витальевна | Роль коммуникативной политики в эффективных продажах |
| Юдкина Ирина Сергеевна | Корректировка ценовой политики на основе SWOT-анализа |