Декан факультета финансов, логистики и цифровых технологий
к.э.н., Мусипова Л.К.

_____
(подпись)

Утвержден на заседании Совета факультета
Протокол № 3 от 26 июня 2026 г.

ТЕМАТИКА ДИПЛОМНЫХ РАБОТ (ПРОЕКТОВ)
для студентов бакалавриата по образовательной программе
6В04106 «Маркетинг» на 2026-2027 учебный год

Караганда 2026 г.

«Маркетинг» білім беру бағдарламасы бойынша дипломдық жұмыстардың (жобалардың) тақырыбы

№	Тематика на русском языке	Тақырыптардың қазақ тіліндегі тізімі	Тематика на английском языке
1.	Анализ эффективности цифровых маркетинговых коммуникаций на примере предприятий с разработкой рекомендаций по их совершенствованию	Кәсіпорындардың мысалында цифрлық маркетингтік коммуникациялардың тиімділігін талдау, оларды жетілдіру бойынша ұсыныстар әзірлеу	Analysis of the effectiveness of digital marketing communications using the example of enterprises with the development of recommendations for their improvement
2.	Исследование влияния социальных медиа на поведение потребителей в Казахстане и разработка стратегий SMM-продвижения для локальных брендов	Әлеуметтік медианың Қазақстандағы тұтынушылардың мінез-құлқына әсерін зерттеу және жергілікті брендтер үшін SMM-жылжыту стратегияларын әзірлеу	Research of the impact of social media on consumer behavior in Kazakhstan and development of SMM promotion strategies for local brands
3.	Упаковка как элемент бренда и маркетинговой коммуникаци	Буып – түю бренд және маркетингтік коммуникация элементі ретінде	Packaging as an element of brand and marketing communication
4.	Разработка и внедрение контент-маркетинговой стратегии для продвижения регионального продукта с учетом особенностей целевой аудитории	Мақсатты аудиторияның ерекшеліктерін ескере отырып, аймақтық өнімді жылжыту үшін контент-маркетингтік стратегияны әзірлеу және енгізу	Development and implementation of a content marketing strategy to promote a regional product, taking into account the characteristics of the target audience
5.	Личность как бренд: маркетинговый потенциал блогеров и микровлиятельных лиц	Бренд ретінде тұлға: блогерлер мен микро әсер етуші тұлғалардың маркетингтік әлеуеті	Personality as a brand: the marketing potential of bloggers and micro influencers
6.	Использование инструментов интернет-маркетинга и SEO для повышения конкурентоспособности малого и среднего бизнеса Караганды.	Қарағандының шағын және орта бизнесінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін интернет-маркетинг және SEO құралдарын пайдалану.	Using Internet marketing and SEO tools to increase the competitiveness of small and medium-sized businesses in Karaganda.
7.	Анализ влияния нейромаркетинговых методов на поведение потребителей и их применение в рекламных кампаниях предприятий Карагандинской области	Тұтынушылардың мінез-құлқына нейромаркетингтік әдістердің әсерін талдау және оларды Қарағанды облысы кәсіпорындарының жарнамалық кампанияларында қолдану	Analysis of the influence of neuromarketing methods on consumer behavior and their application in advertising campaigns of enterprises of the Karaganda region
8.	Исследование факторов формирования потребительской лояльности к брендам на казахстанском рынке с разработкой практических рекомендаций	Өңірдің (елдің)компаниялары үшін практикалық ұсынымдар әзірлей отырып, қазақстандық нарықта брендтерке тұтынушылық	The study of the factors of formation of consumer brand loyalty in the Kazakh market with the development of practical recommendations for

	для компаний региона (страны)	адалдықты қалыптастыру факторларын зерттеу	companies in the region (country)
9.	Разработка брендинговой стратегии для инновационного продукта с учетом особенностей казахстанского рынка и культурного контекста	Қазақстандық нарық пен мәдени контексттің ерекшеліктерін ескере отырып, инновациялық өнім үшін брендингтік стратегияны әзірлеу	Development of a branding strategy for an innovative product, taking into account the specifics of the Kazakh market and cultural context
10.	Формирование лояльности потребителей при смене бренда в сфере услуг (на примере предприятий бытового обслуживания)	Қызмет көрсету саласында брендті ауыстыру кезінде тұтынушылардың адалдығын қалыптастыру (тұрмыстық қызмет көрсету кәсіпорындары мысалында)	Formation of consumer loyalty when changing the brand in the service sector (on the example of consumer service enterprises)
11.	Практические подходы к персонализации маркетинговых коммуникаций и повышению эффективности взаимодействия с потребителями	Маркетингтік коммуникацияларды жекелендірудің және тұтынушылармен өзара әрекеттесудің тиімділігін арттырудың практикалық тәсілдері	Practical approaches to personalization of marketing communications and improvement of effectiveness of interaction with consumers
12.	Исследование маркетинговых стратегий в образовательных учреждениях Караганды и разработка комплекса мероприятий по привлечению обучающихся	Қарағанды білім беру мекемелеріндегі маркетингтік стратегияларды зерттеу және білім алушыларды тарту бойынша іс-шаралар кешенін әзірлеу	Research of marketing strategies in educational institutions of Karaganda and development of a set of measures to attract students
13.	Влияние нейромаркетинга на потребительское поведение: анализ эффективности нейропсихологических методов в маркетинговых кампаниях	Нейромаркетингтің тұтынушылық мінез-құлыққа әсері: маркетингтік кампаниялардағы нейропсихологиялық әдістердің тиімділігін талдау	The impact of neuromarketing on consumer behavior: an analysis of the effectiveness of neuropsychological methods in marketing campaigns
14.	Этические аспекты нейромаркетинга: граница между манипуляцией и эффективными методами воздействия на потребителей	Нейромаркетингтің этикалық аспектілері: манипуляция мен тұтынушыларға әсер етудің тиімді әдістері арасындағы шекара	Нейромаркетингның этик аспектлары: манипуляция һәм кулланучыларга йогынты ясауның нәтиҗәле ысуллары арасындагы чик
15.	Поведение потребителей на маркетплейсах Казахстана и факторы принятия решений.	Қазақстанның маркетплейстеріндегі тұтынушылардың мінез-құлқы және шешім қабылдау факторлары.	Consumer behavior on Kazakhstan marketplaces and decision-making factors.
16.	Нейромаркетинговое исследование потребительских предпочтений и мотивации.	Тұтынушылардың қалауы мен мотивациясын нейромаркетингтік зерттеу.	Neuromarketing research of consumer preferences and motivation.
17.	Анализ маркетинговой деятельности и разработка	Аймақтағы мейрамхана және қонақ үй бизнесі	Analysis of marketing activities and development

	рекомендаций для повышения конкурентоспособности предприятий ресторанного и гостиничного бизнеса в регионе	кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін маркетингтік қызметті талдау және ұсыныстар әзірлеу	of recommendations for increasing the competitiveness of the restaurant and hotel business in the region
18.	Маркетинг на рынке образовательных услуг: основные тенденции развития	Білім беру нарығындағы маркетинг: дамудың негізгі тенденциялары	Marketing on the educational services market: basic tendencies of development
19.	Предиктивная аналитика в управлении маркетинговой деятельностью.	Маркетингтік қызметті басқарудағы болжамды аналитика.	Predictive analytics in marketing management.
20.	Зеленый маркетинг в условиях устойчивого развития региона	Аймақтың тұрақты дамуындағы жасыл маркетинг	Green marketing in the context of sustainable development of the region
21.	Особенности медицинского маркетинга в Казахстане: разработка практических подходов к продвижению медицинских услуг на региональном рынке	Қазақстандағы медициналық маркетингтің ерекшеліктері: өңірлік нарықта медициналық қызметтерді ілгерілетудің практикалық тәсілдерін әзірлеу	Features of medical marketing in Kazakhstan: development of practical approaches to the promotion of medical services in the regional market
22.	Разработка маркетинговой стратегии для туристического продукта Карагандинской области с учетом международного продвижения	Халықаралық ілгерілеуді ескере отырып, Қарағанды облысының туристік өнімі үшін маркетингтік стратегияны әзірлеу	Development of a marketing strategy for a tourism product of the Karaganda region, taking into account international promotion
23.	Маркетинговые стратегии в сфере финансовых услуг	Қаржылық қызметтер саласындағы маркетингтік стратегиялар	Marketing strategies in the field of financial services
24.	Разработка и оценка маркетинговой стратегии внедрения нового продукта на примере казахстанского предприятия с практическим планом реализации	Іске асырудың практикалық жоспары бар қазақстандық кәсіпорын мысалында жаңа өнімді енгізудің маркетингтік стратегиясын әзірлеу және бағалау	Development and evaluation of a marketing strategy for the introduction of a new product using the example of a Kazakhstani enterprise with a practical implementation plan
25.	Управление маркетингом на рынке услуг	Қызметтер нарығындағы маркетингті басқару	Marketing management in the services market
26.	Маркетинговые исследования рынка услуг в сфере высшего профессионального образования	Жоғарғы кәсіби білім беру аясындағы қызметтер нарығын маркетингтік зерттеу	Marketing research of the market of services in the field of higher professional education
27.	Поисковая оптимизация (SEO) как важнейший инструмент интернет-маркетинга	Іздеу жүйесін оңтайландыру (SEO) интернет-маркетингтің маңызды құралы ретінде	Search Engine Optimization (SEO) as the most important internet marketing tool
28.	Исследование конкурентной среды предприятий Караганды и разработка рекомендаций по улучшению	Қарағанды кәсіпорындарының бәсекелестік ортасын зерттеу және маркетингтік	Research of the competitive environment of Karaganda enterprises and development of

	маркетингового позиционирования	позициялауды жақсарту бойынша ұсынымдар әзірлеу	recommendations for improving marketing positioning
29.	Оценка эффективности управления маркетинговыми ресурсами и оптимизация маркетингового бюджета на примере региональных компаний	Аймақтық компаниялардың мысалында маркетингтік ресурстарды басқарудың тиімділігін бағалау және маркетингтік бюджетті оңтайландыру	Assessment of the effectiveness of marketing resource management and optimization of the marketing budget using the example of regional companies
30.	Практические методы антикризисного маркетинга и адаптации маркетинговых стратегий в условиях нестабильной экономической ситуации Казахстана	Дағдарысқа қарсы маркетингтің практикалық әдістері және Қазақстанның тұрақсыз экономикалық жағдайында маркетингтік стратегияларды бейімдеу	Practical methods of anti-crisis marketing and adaptation of marketing strategies in the unstable economic situation in Kazakhstan
31.	Анализ влияния экологически ориентированных маркетинговых стратегий на поведение потребителей в Казахстане и пути повышения их эффективности	Экологиялық бағдарланған маркетингтік стратегиялардың Қазақстандағы тұтынушылардың мінез құлқына әсерін және олардың тиімділігін арттыру жолдарын талдау	Analysis of the impact of environmentally oriented marketing strategies on consumer behavior in Kazakhstan and ways to improve their effectiveness
32.	Разработка маркетинговых стратегий устойчивого развития с учетом ESG-факторов для промышленных предприятий региона	Аймақтың өнеркәсіптік кәсіпорындары үшін ESG факторларын ескере отырып, тұрақты дамудың маркетингтік стратегияларын әзірлеу	Development of marketing strategies for sustainable development, taking into account ESG factors for industrial enterprises in the region
33.	Исследование влияния маркетинговых коммуникаций на поведение потребителей	Маркетингтік коммуникацияның тұтынушылардың мінез-құлқына әсерін зерттеу	Research on the impact of marketing communications on consumer behavior
34.	Применение современных методов маркетинговых исследований для анализа потребительского поведения на региональном рынке с практической реализацией результатов	Нәтижелерді практикалық іске асыра отырып, аймақтық нарықтағы тұтынушылық мінез-құлықты талдау үшін маркетингтік зерттеулердің заманауи әдістерін қолдану	The use of modern marketing research methods to analyze consumer behavior in the regional market with the practical implementation of the results
35.	Разработка и управление event-мероприятиями	Event іс-шараларды әзірлеу және басқару	Development and management of event events
36.	Разработка и внедрение модели управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) на предприятии с оценкой эффективности использования	Пайдалану тиімділігін бағалай отырып, кәсіпорында тұтынушылармен қарым-қатынасты басқару (CRM) моделін әзірлеу және енгізу	Development and implementation of a customer relationship management (CRM) model in an enterprise with an assessment of the effectiveness of its use
37.	Анализ и оптимизация маркетинговых коммуникаций с	Қазақстан компанияларының мысалында цифрлық талдау	Analysis and optimization of marketing communications using

	использованием инструментов цифровой аналитики на примере компаний Казахстана	құралдарын пайдалана отырып маркетингтік коммуникацияларды талдау және оңтайландыру	digital analytics tools using the example of companies in Kazakhstan
38.	Исследование методов сегментации рынка и их практическое применение для повышения эффективности маркетинговых стратегий в регионе	Нарықты сегменттеу әдістерін зерттеу және оларды аймақтағы маркетингтік стратегиялардың тиімділігін арттыру үшін практикалық қолдану	Research of market segmentation methods and their practical application to improve the effectiveness of marketing strategies in the region
39.	Анализ платформенного маркетинга и разработка рекомендаций по использованию цифровых экосистем для развития бизнеса в Казахстане	Платформалық маркетингті талдау және Қазақстанда бизнесті дамыту үшін цифрлық экожүйелерді пайдалану бойынша ұсынымдар әзірлеу	Analysis of platform marketing and development of recommendations on the use of digital ecosystems for business development in Kazakhstan
40.	Исследование возможностей применения искусственного интеллекта и нейросетевых технологий в маркетинговой аналитике и продвижении продуктов на примере предприятий Караганды	Қарағанды кәсіпорындарының мысалында маркетингтік талдауда және өнімдерді жылжытуда жасанды интеллект пен нейрожелілік технологияларды қолдану мүмкіндіктерін зерттеу	A study of the possibilities of using artificial intelligence and neural network technologies in marketing analytics and product promotion using the example of Karaganda enterprises
41.	Исследование использования виртуальной и дополненной реальности в маркетинге с целью создания уникального клиентского опыта на региональном рынке	Аймақтық нарықта бірегей тұтынушы тәжірибесін құру мақсатында маркетингте виртуалды және толықтырылған шындықты пайдалануды зерттеу	Research on the use of virtual and augmented reality in marketing in order to create a unique customer experience in the regional market
42.	Формирование и реализация коммуникационной политики предприятия (на примере)	Кәсіпорынның коммуникациялық саясатын қалыптастыру және жүзеге асыру (кәсіпорын мысалында)	Formation and realization of communicative policy of the enterprise (on the example of the enterprise)
43.	Создание системы маркетинговых коммуникаций на основе BTL-мероприятий (на примере компании)	BTL-іс-шаралар негізінде маркетингтік коммуникациялар жүйесін құру (компания мысалында)	Creation of a marketing communications system based on BTL-events (on the example of a company)
44.	Эффективность использования инструментария SMM для продвижения товаров и услуг.	Тауарлар мен қызметтерді жылжыту үшін SMM құралдарын пайдалану тиімділігі.	The effectiveness of using SMM tools to promote products and services.
45.	Разработка этических норм и цифровой этики в маркетинговой деятельности с учетом вызовов современной цифровой экономики Казахстана	Қазақстанның қазіргі заманғы цифрлық экономикасының сын-тегеуріндерін ескере отырып, маркетингтік қызметте этикалық нормалар мен цифрлық этиканы әзірлеу	Development of ethical standards and digital ethics in marketing activities, taking into account the challenges of the modern digital economy of Kazakhstan

46.	Разработка маркетинговой стратегии для запуска нового продукта на рынке.	Нарықта жаңа өнімді шығару үшін маркетингтік стратегияны әзірлеу	Development of a marketing strategy for launching a new product on the market
47.	Анализ и планирование маркетинговых коммуникаций в условиях цифровой трансформации	Цифрлық трансформация жағдайында маркетингтік коммуникацияларды талдау және жоспарлау	Analysis and planning of marketing communications in the context of digital transformation
48.	Влияние социальных медиа на потребительское поведение и маркетинговые стратегии компаний.	Әлеуметтік медианың тұтынушылардың мінез-құлқына және компаниялардың маркетингтік стратегияларына әсері.	The impact of social media on consumer behavior and marketing strategies of companies.
49.	Исследование потребительской лояльности: стратегии удержания и развития клиентской базы на региональном рынке	Тұтынушылардың адалдығын зерттеу: өңірлік нарықта клиенттік базаны ұстап қалу және дамыту стратегиялары	Research and analysis of consumer loyalty: strategies for retaining and developing the customer base
50.	Анализ влияния цифрового маркетинга на поведение потребителей: тренды и перспективы.	Сандық маркетингтің тұтынушылардың мінез-құлқына әсерін талдау: трендтер мен перспективалар.	The effectiveness of using SMM tools to promote products and services.
51.	Маркетинговые исследования и сегментация рынка: методы, инструменты и применение в практике.	Маркетингтік зерттеулер және нарықты сегменттеу: әдістер, құралдар және тәжірибеде қолдану.	Marketing research and market segmentation: methods, tools and application in practice
52.	Использование CRM-систем в управлении маркетинговой деятельностью	Маркетингтік қызметті басқаруда CRM жүйелерін пайдалану	The use of CRM systems in the management of marketing activities
53.	Управление цифровыми маркетинговыми инструментами для продвижения бренда	Брендті жылжыту үшін цифрлық маркетинг құралдарын басқару	Managing digital marketing tools for brand promotion
54.	Цифровой маркетинг: разработка и внедрение онлайн-стратегий продвижения товаров и услуг	Сандық маркетинг: тауарлар мен қызметтерді жылжытудың онлайн стратегияларын әзірлеу және енгізу	Digital marketing: development and implementation of online strategies for the promotion of goods and services
55.	Маркетинг на маркетплейсах: особенности продвижения товаров на Wildberries, Kaspi и Ozon	Маркетплейстердегі маркетинг: wildberries, Kaspi және Ozon-да тауарларды жылжыту ерекшеліктері	Marketplace marketing: features of product promotion on Wildberries, Kaspi and Ozon
56.	Разработка стратегии продвижения логистических услуг на региональном рынке	Өңірлік нарықта логистикалық қызметтерді жылжыту стратегиясын әзірлеу	Development of a strategy for the promotion of logistics services in the regional market
57.	Интернет-маркетинг и электронная коммерция: стратегии, инструменты и тенденции развития.	Интернет-маркетинг және электрондық коммерция: стратегиялар, құралдар және даму тенденциялары.	Internet marketing and e-commerce: strategies, tools and development trends.

58.	Международный маркетинг: особенности адаптации и развития казахстанских компаний на зарубежных рынках	Халықаралық маркетинг: шетелдік нарықтардағы қазақстандық компаниялардың бейімделу және даму ерекшеліктері	International marketing: peculiarities of adaptation and development of Kazakhstani companies in foreign markets
59.	Стратегии сегментирования и позиционирования в рекламной деятельности с учетом локального рынка	Жергілікті нарықты ескере отырып, жарнамалық қызметте сегменттеу және позициялау стратегиялары	Segmentation and positioning strategies in advertising, taking into account the local market
60.	Управление цифровой репутацией компании.	Компанияның цифрлық беделін басқару.	Digital reputation management of the company.
61.	Управление клиентским сервисом в логистических компаниях на основе маркетингового подхода.	Маркетингтік тәсіл негізінде логистикалық компаниялардағы тұтынушыларға қызмет көрсетуді басқару.	Customer service management in logistics companies based on a marketing approach.
62.	Разработка и внедрение ассортиментной политики организации на казахстанском рынке	Қазақстандық нарықта ұйымның ассортименттік саясатын әзірлеу және енгізу	Development and implementation of the assortment policy of the organization in the Kazakhstan market
63.	Управление маркетинговой логистикой: анализ и оптимизация процессов на примере региональных компаний	Маркетингтік логистиканы басқару: аймақтық компаниялардың мысалында процестерді талдау және оңтайландыру	Marketing logistics management: analysis and optimization of processes using the example of regional companies
64.	Управление клиентской лояльностью в сфере спортивных услуг на основе инструментов спортивного маркетинга	Спорттық маркетинг құралдары негізінде спорттық қызметтер саласындағы клиенттік адалдықты басқару	Customer loyalty management in the field of sports services based on sports marketing tools
65.	Адаптация маркетинговых стратегий к межкультурным особенностям потребителей на примере казахстанского рынка	Қазақстандық нарық мысалында маркетингтік стратегияларды тұтынушылардың мәдениетаралық ерекшеліктеріне бейімдеу	Adaptation of marketing strategies to the cross-cultural characteristics of consumers on the example of the Kazakh market
66.	Исследование психологических и социологических аспектов потребительского поведения и их учет при принятии маркетинговых решений	Тұтынушылық мінез-құлықтың психологиялық және социологиялық аспектілерін зерттеу және оларды маркетингтік шешімдер қабылдау кезінде есепке алу	Research of psychological and sociological aspects of consumer behavior and their consideration in making marketing decisions
67.	Информационная система управления клиентским опытом предприятия.	Кәсіпорынның клиенттік тәжірибесін басқарудың ақпараттық жүйесі.	An information system for managing the company's customer experience.
68.	Цифровая трансформация маркетинговой деятельности предприятия: инструменты, технологии и оценка эффективности.	Кәсіпорынның маркетингтік қызметін цифрлық түрлендіру: құралдар, технологиялар және тиімділікті бағалау.	Digital transformation of the company's marketing activities: tools, technologies and efficiency assessment.

69.	Разработка программы цифрового продвижения (конкретного продукта/услуги или организации) с использованием технологий таргетированной рекламы, контент-маркетинга и CRM-систем	Таргеттік жарнама технологияларын, контент маркетингін және CRM жүйелерін пайдалана отырып, цифрлық жылжыту бағдарламасын (белгілі бір өнім/қызмет немесе ұйым) әзірлеу	Development of a digital promotion program (for a specific product/service or organization) using targeted advertising technologies, content marketing and CRM systems
70.	Маркетинговая коммуникация в межкультурной среде: адаптация маркетинговых стратегий к различным культурным контекстам и особенностям потребителей.	Мәдениетаралық ортадағы маркетингтік коммуникация: маркетингтік стратегияларды әртүрлі мәдени контексттерге және тұтынушылардың ерекшеліктеріне бейімдеу.	Marketing communication in an intercultural environment: adaptation of marketing strategies to different cultural contexts and consumer characteristics
71.	Маркетинговый анализ конкурентной среды: стратегическое позиционирование и анализ конкурентов для определения конкурентных преимуществ.	Бәсекелестік ортаны маркетингтік талдау: бәсекелестік артықшылықтарды анықтау үшін стратегиялық позициялау және бәсекелестерді талдау.	Marketing analysis of the competitive environment: strategic positioning and competitor analysis to determine competitive advantages.
72.	Влияние эмоционального маркетинга на лояльность клиентов в сфере услуг: междисциплинарный подход	Эмоционалды маркетингтің қызмет көрсету клиенттерінің адалдығына әсері: пәнаралық тәсіл	The impact of emotional marketing on customer loyalty in the service sector: an interdisciplinary approach
73.	Стратегии продвижения брендов в экосистеме Kaspi.kz.	Kaspi.kz. экожүйедегі брендтерді жылжыту стратегиялары.	Brand promotion strategies in the ecosystem Kaspi.kz .
74.	Использование генеративного искусственного интеллекта в маркетинговых коммуникациях предприятия.	Кәсіпорынның маркетингтік коммуникацияларында генеративті жасанды интеллектті қолдану.	The use of generative artificial intelligence in enterprise marketing communications.
75.	Влияние искусственного интеллекта на персонализацию клиентского опыта.	Жасанды интеллекттің тұтынушы тәжірибесін жекелендіруге әсері.	The impact of artificial intelligence on the personalization of customer experience.
76.	Автоматизация маркетинговых процессов на основе AI-инструментов.	AI құралдары негізінде маркетингтік процестерді автоматтандыру.	Automation of marketing processes based on AI tools.
77.	Этические аспекты использования искусственного интеллекта в маркетинге.	Маркетингте жасанды интеллектті қолданудың этикалық аспектілері.	Ethical aspects of the use of artificial intelligence in marketing.
78.	Разработка системы маркетинговой аналитики на основе BI-технологий.	BI-технологиялар негізінде маркетингтік аналитика жүйесін әзірлеу.	Разработка системы маркетинговой аналитики на основе BI-технологий.
79.	Влияние маркетинговых стратегий на финансовые	Маркетингтік стратегиялардың	The impact of marketing strategies on the financial

	показатели предприятий: экономический анализ и практические рекомендации	кәсіпорындардың қаржылық көрсеткіштеріне әсері: экономикалық талдау және практикалық ұсыныстар	performance of enterprises: economic analysis and practical recommendations
80.	Использование CRM и Big Data для повышения эффективности маркетинговых стратегий в малом и среднем бизнесе	Шағын және орта бизнестегі маркетингтік стратегиялардың тиімділігін арттыру үшін CRM және Big Data пайдалану	Using CRM and Big Data to improve the effectiveness of marketing strategies in small and medium-sized businesses
81.	Использование технологий машинного обучения для прогнозирования спроса.	Сұранысты болжау үшін машиналық оқыту технологияларын қолдану.	Using machine learning technologies to predict demand.
82.	Совершенствование системы цифрового продвижения спортивно-оздоровительных услуг на региональном рынке (на примере фитнес-центра/спортивного клуба)	Өңірлік нарықта спорттық-сауықтыру қызметтерін цифрлық ілгерілету жүйесін жетілдіру (фитнес-орталық/спорт клубы мысалында)	Improving the system of digital promotion of sports and wellness services in the regional market (using the example of a fitness center/sports club)
83.	Потребительское поведение в цифровой среде: анализ влияния цифровых технологий на поведение потребителей и стратегии их взаимодействия.	Сандық ортадағы тұтынушылардың мінез-құлқы: цифрлық технологиялардың тұтынушылардың мінез-құлқына әсерін және олардың өзара әрекеттесу стратегияларын талдау.	Consumer behavior in the digital environment: analysis of the impact of digital technologies on consumer behavior and strategies for their interaction.
84.	Разработка стратегии продвижения организации сферы услуг в социальных сетях (на примере предприятия)	Әлеуметтік желілерде қызмет көрсету саласын ұйымдастыруды ілгерілету стратегиясын әзірлеу (кәсіпорын мысалында)	Development of a strategy for promoting the organization of the service sector in social networks (using the example of an enterprise)
85.	Разработка рекомендательной системы для интернет-магазина на основе искусственного интеллекта.	Жасанды интеллект негізінде интернет-дүкен үшін ұсынымдық жүйені әзірлеу.	Development of a recommendation system for an online store based on artificial intelligence.
86.	Разработка бизнес-процессов рекламной компании АПК	АӨК жарнамалық компаниясының бизнес-процестерін әзірлеу	Development of business processes of the agro-industrial complex advertising company
87.	Маркетинговое управление инновационными проектами: разработка и внедрение инновационных продуктов/ услуг	Инновациялық жобаларды маркетингтік басқару: инновациялық өнімдерді/ қызметтерді әзірлеу және енгізу	Marketing management of innovative projects: development and implementation of innovative products/services
88.	Разработка маркетинговой стратегии продвижения казахстанских товаров на международные рынки в условиях новой	Жаңа геоэкономикалық шындық жағдайында қазақстандық тауарларды халықаралық нарықтарға жылжытудың маркетингтік	Development of a marketing strategy for promoting Kazakhstani goods to international

	геоэкономической реальности	стратегиясын әзірлеу	markets in a new geo-economic reality
89.	Исследование потребительского поведения и разработка мероприятий по привлечению клиентов организации сферы услуг	Тұтынушылардың мінез-құлқын зерттеу және қызмет көрсету ұйымдарының клиенттерін тарту бойынша іс-шараларды әзірлеу	Research of consumer behavior and development of measures to attract customers of the service sector organization
90.	Разработка комплексной маркетинговой кампании по продвижению экологически чистых товаров в Казахстане	Қазақстанда экологиялық таза тауарларды жылжыту бойынша кешенді маркетингтік науқанды әзірлеу	Development of a comprehensive marketing campaign to promote environmentally friendly products in Kazakhstan
91.	Маркетинг территорий: формирование положительного имиджа регионов Казахстана для привлечения инвесторов и туристов (на примере Центрального Казахстана)	Аумақтардың маркетингі: инвесторлар мен туристерді тарту үшін Қазақстан өңірлерінің оң имиджін қалыптастыру (Орталық Қазақстан мысалында)	Territory marketing: creating a positive image of Kazakhstan's regions to attract investors and tourists (using the example of Central Kazakhstan)
92.	Исследование потребительского поведения казахстанцев в условиях экономической нестабильности: адаптация маркетинговых стратегий компаний	Экономикалық тұрақсыздық жағдайында қазақстандықтардың тұтынушылық мінез-құлқын зерттеу: компаниялардың маркетингтік стратегияларын бейімдеу	Research of consumer behavior of Kazakhstanis in conditions of economic instability: adaptation of marketing strategies of companies
93.	Маркетинговые коммуникации государственных программ поддержки предпринимательства: анализ эффективности и предложения по улучшению	Кәсіпкерлікті қолдаудың мемлекеттік бағдарламаларының маркетингтік коммуникациялары: тиімділікті талдау және жақсарту бойынша ұсыныстар	Marketing communications of government business support programs: effectiveness analysis and suggestions for improvement
94.	Маркетинговые стратегии продвижения инновационных логистических интернет-платформ на рынке Казахстана: анализ трендов и рекомендации	Қазақстан нарығында инновациялық логистикалық интернет-платформаларды жылжытудың маркетингтік стратегиялары: трендтерді талдау және ұсынымдар	Marketing strategies for promoting innovative logistics Internet platforms in the Kazakhstan market: trend analysis and recommendations
95.	Оценка влияния маркетинговых инвестиций на финансовые результаты предприятия.	Маркетингтік инвестициялардың кәсіпорынның қаржылық нәтижелеріне әсерін бағалау.	Assessment of the impact of marketing investments on the financial results of the company.
96.	Управление клиентским опытом как фактор повышения конкурентоспособности предприятия	Клиенттік тәжірибені басқару кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін арттыру факторы ретінде	Customer experience management as a factor of increasing the competitiveness of the enterprise

97.	Экологическая репутация предприятия как фактор потребительского выбора.	Кәсіпорынның экологиялық беделі тұтынушы таңдауының факторы ретінде.	The company's environmental reputation as a consumer choice factor.
98.	Использование искусственного интеллекта в маркетинговой деятельности предприятий: возможности и ограничения	Кәсіпорындардың маркетингтік қызметінде жасанды интеллектті қолдану: мүмкіндіктер мен шектеулер	The use of artificial intelligence in the marketing activities of enterprises: opportunities and limitations
99.	Разработка стратегии формирования и управления онлайн-репутацией предприятия	Кәсіпорынның онлайн-беделін қалыптастыру және басқару стратегиясын әзірлеу	Development of a strategy for the formation and management of the online reputation of the company
100.	Разработка плана продвижения товара в социальных сетях (на примере компании...).	Әлеуметтік желілерде өнімді жылжыту жоспарын әзірлеу (компания мысалында...).	Development of a product promotion plan on social networks (using the example of a company...).
101.	Маркетинговое исследование предпочтений потребителей на региональном рынке.	Аймақтық нарықтағы тұтынушылардың қалауларын маркетингтік зерттеу.	Marketing research of consumer preferences in the regional market.
102.	Разработка стратегии брендинга предприятия сферы услуг как инструмента повышения конкурентоспособности	Бәсекеге қабілеттілікті арттыру құралы ретінде қызмет көрсету саласындағы кәсіпорынның брендинг стратегиясын әзірлеу	Development of a branding strategy for service enterprises as a tool to increase competitiveness
103.	Разработка CRM-системы как инструмента повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятия.	Кәсіпорынның маркетингтік қызметінің тиімділігін арттыру құралы ретінде CRM жүйесін дамыту.	Development of a CRM system as a tool to increase the effectiveness of the company's marketing activities.
	Межкафедральная тема		
104.	Разработка платформы для заказчиков и исполнителей в сфере Digital Marketing	Digital Marketing саласында тапсырыс берушілер мен орындаушылар үшін платформа әзірлеу	Development a platform for customers and performers in the field of Digital Marketing
105.	Разработка информационной системы для оценки результатов рекламных компаний и повышения их эффективности	Жарнамалық науқандардың нәтижелерін бағалау және олардың тиімділігін арттыру үшін ақпараттық жүйені әзірлеу	Development of an information system for evaluating the results of advertising campaigns and increasing their effectiveness
106.	Разработка информационной системы для оценки результатов рекламных кампаний и повышения их эффективности	Жарнамалық науқандардың нәтижелерін бағалау және олардың тиімділігін арттыру үшін ақпараттық жүйені әзірлеу	Development of an information system for evaluating the results of advertising campaigns and increasing their effectiveness
107.	Правовые аспекты рекламной деятельности и их влияние на разработку маркетинговых стратегий	Жарнама қызметінің құқықтық аспектілері және олардың маркетингтік стратегияларды әзірлеуге әсері	Legal aspects of advertising and their impact on the development of marketing strategies

108.	Влияние маркетинговых стратегий на управление цепями поставок и логистикой на региональном уровне	Маркетингтік стратегиялардың жеткізілім тізбегі мен логистиканы аймақтық басқаруға әсері	The impact of marketing strategies on supply chain and logistics management at the regional level
109.	Влияние маркетинговых стратегий на управление цепями поставок и логистикой на региональном уровне	Маркетингтік стратегиялардың жеткізілім тізбегі мен логистиканы аймақтық басқаруға әсері	The impact of marketing strategies on supply chain and logistics management at the regional level
110.	Исследование внедрения принципов экологической и социальной ответственности в маркетинговую деятельность предприятий Караганды с разработкой практических рекомендаций	Практикалық ұсынымдар әзірлей отырып, Қарағанды кәсіпорындарының маркетингтік қызметіне экологиялық және әлеуметтік жауапкершілік қағидаттарын енгізуді зерттеу	A study of the implementation of the principles of environmental and social responsibility in the marketing activities of Karaganda enterprises with the development of practical recommendations
111.	Анализ и оптимизация логистических каналов распределения продукции с учетом маркетинговых факторов	Маркетингтік факторларды ескере отырып, өнімді бөлудің логистикалық арналарын талдау және оңтайландыру	Analysis and optimization of logistics channels for product distribution, taking into account marketing factors
112.	Моделирование логистических процессов с учетом маркетинговых и потребительских факторов для повышения клиентской удовлетворенности	Клиенттің қанағаттануын арттыру үшін маркетингтік және тұтынушылық факторларды ескере отырып, логистикалық процестерді модельдеу	Modeling of logistics processes taking into account marketing and consumer factors to increase customer satisfaction
113.	Маркетинг в электронной коммерции: интеграция маркетинговых и логистических процессов для повышения качества сервиса	Электрондық коммерция маркетингі: қызмет сапасын жақсарту үшін маркетингтік және логистикалық процестерді біріктіру	E-commerce marketing: integration of marketing and logistics processes to improve service quality
114.	Разработка устойчивой логистической стратегии с учетом экологических требований и маркетинговых возможностей на предприятии	Кәсіпорындағы экологиялық талаптар мен маркетингтік мүмкіндіктерді ескере отырып, тұрақты логистикалық стратегияны әзірлеу	Development of a sustainable logistics strategy, taking into account environmental requirements and marketing opportunities in the enterprise
115.	Исследование влияния цифрового маркетинга на эффективность логистических операций в электронной коммерции	Сандық маркетингтің электрондық коммерциядағы логистикалық операциялардың тиімділігіне әсерін зерттеу	Research on the impact of digital marketing on the effectiveness of logistics operations in e-commerce
116.	Комплексное управление запасами с учетом финансовых ограничений и маркетинговых стратегий продвижения товаров**.**	Қаржылық шектеулер мен тауарларды жылжытудың маркетингтік стратегияларын ескере отырып, тауарлы-материалдық	Comprehensive inventory management, taking into account financial constraints and marketing strategies for product promotion.

		құндылықтарды кешенді басқару.	
117.	Управление клиентским сервисом в логистической компании на основе маркетингового подхода.	Логистикалық қызметтегі клиенттік сервисті басқару маркетингтік тәсілге негізделген компаниялар.	Customer service management in a logistics company based on a marketing approach.
118.	Разработка программного приложения для анализа маркетинговых данных на основе CRM и Big Data	CRM және Big Data негізінде маркетингтік деректерді талдауға арналған бағдарламалық қосымшаны әзірлеу	Development of a software application for marketing data analysis based on CRM and Big Data
119.	Интеграция маркетинговой и логистической аналитики в электронной коммерции.	Электрондық коммерциядағы маркетингтік және логистикалық аналитиканы біріктіру.	Integration of marketing and logistics analytics in e-commerce.
120.	Разработка программного обеспечения для маркетинговой аналитики и прогнозирования спроса	Маркетингтік талдау және сұранысты болжауға арналған бағдарламалық қамтамасыз етуді әзірлеу	Development of software for marketing analytics and demand forecasting
121.	Совершенствование системы продаж организации на основе маркетинговых и управленческих решений на предприятиях индустрии гостеприимства	Қонақжайлылық индустриясы кәсіпорындарында маркетингтік және басқарушылық шешімдер негізінде ұйымның сату жүйесін жетілдіру	Improvement of the organization's sales system based on marketing and management decisions at the enterprises of the hospitality industry
122.	Разработка проекта по повышению привлека-тельности территории средствами маркетинга и местного управления	Маркетинг және жергілікті басқару құралдарымен аумақтың тартымдылығын арттыру жөніндегі жобаны әзірлеу	Development of a project to increase the attractiveness of the territory by means of marketing and local management
123.	Разработка проекта повышения инвестиционной и социальной привлекательности территории на основе инструментов территориального маркетинга и местного управления	Аумақтық маркетинг және жергілікті басқару құралдары негізінде аумақтың инвестициялық және әлеуметтік тартымдылығын арттыру жобасын әзірлеу	Development of a project to increase the investment and social attractiveness of the territory based on the tools of territorial marketing and local government
124.	Разработка проекта развития и продвижения туристского потенциала территории на основе взаимодействия инструментов маркетинга и местного управления	Маркетинг және жергілікті басқару құралдарының өзара іс қимылы негізінде аумақтың туристік әлеуетін дамыту және ілгерілету жобасын әзірлеу	Development of a project for the development and promotion of the territory's tourism potential based on the interaction of marketing and local government tools
125.	Формирование и продвижение имиджа территории как инструмент маркетинга и местного	Маркетинг және жергілікті басқару құралы ретінде аумақтың имиджін қалыптастыру және	Formation and promotion of the territory's image as a marketing and local government tool (using the

	управления (на примере города, района, региона)	ілгерілету (қала, аудан, аймақ мысалында)	example of a city, district, region)
126.	Разработка стратегии территориального брендинга как инструмента социально-экономического развития региона	Өңірдің әлеуметтік-экономикалық даму құралы ретінде аумақтық брендинг стратегиясын әзірлеу	Development of a territorial branding strategy as a tool for the socio-economic development of the region
127.	Цифровое продвижение территории в системе местного управления: разработка маркетинговой коммуникационной стратегии	Жергілікті басқару жүйесінде аумақты цифрлық ілгерілету: маркетингтік коммуникациялық стратегияны әзірлеу	Digital promotion of the territory in the local government system: development of a marketing communication strategy
128.	Исследование потребительского поведения и разработка комплекса маркетинговых мероприятий по привлечению клиентов спортивно-оздоровительного центра	Тұтынушылардың мінез-құлқын зерттеу және спорттық-сауықтыру орталығының клиенттерін тарту бойынша маркетингтік іс-шаралар кешенін әзірлеу	Research of consumer behavior and development of a set of marketing measures to attract customers of the sports and recreation center
129.	Автоматизация маркетинговой аналитики и прогнозирования спроса на основе информационных систем	Ақпараттық жүйелерге негізделген маркетингтік аналитика мен сұранысты болжауды автоматтандыру	Automation of marketing analytics and demand forecasting based on information systems
130.	Формирование и продвижение бренда организации и обеспечение его правовой защиты	Ұйымның брендін қалыптастыру және ілгерілету және оны құқықтық қорғауды қамтамасыз ету	Formation and promotion of the organization's brand and ensuring its legal protection
131.	Регулирование интернет-маркетинга в Казахстане: правовые вызовы и возможности для бизнеса	Қазақстандағы интернет-маркетингті реттеу: бизнес үшін құқықтық сын-тегеуріндер мен мүмкіндіктер	Regulation of Internet marketing in Kazakhstan: legal challenges and business opportunities

Обсуждена и одобрена на заседании кафедры протокол № 11 от 26 июня 2026 года

Зав. Кафедрой маркетинга и логистики
к.э.н., асс.профессор Мажитова С.К.

Директору ДАР ВПО
к.э.н., профессор Даниярова М.Т.