

**«D075 Маркетинг және жарнама» білім беру бағдарламалар тобы бойынша
PhD докторантурасына түсушілерге арналған эссе тақырыптары**

**Темы эссе для поступающих в докторантуру PhD
по группе образовательных программ «D075 Маркетинг и реклама»**

**Essay topics for applicants to the PhD program in the group of educational programs
«D075 Marketing and Advertising»**

№	Эссе тақырыбы	Темы эссе	Essay Themes
1	Маркетингтік зерттеулер мен тұтынушы білімдерінің бизнес сатылымына әсері	Влияние маркетинговых исследований и знаний о потребителях на рост продаж бизнеса	The Impact of Marketing Research and Consumer Knowledge on Business Sales Growth
2	Тұтынушылардың адалдық бағдарламалары – маркетингтік ықпал етудің тиімді құралы	Программы лояльности клиентов как эффективный инструмент маркетингового воздействия	Customer Loyalty Programs as an Effective Marketing Tool
3	Әлеуметтік желілердің тұтынушылық мінез-құлыққа әсері	Изменение потребительского поведения под воздействием социальных сетей	Changes in Consumer Behavior Under the Influence of Social Media
4	Қазіргі бизнес ортадағы интернет-маркетингтің өзекті трендтері	Актуальные тренды в интернет-маркетинге в современной бизнес-среде	Current Trends in Internet Marketing in the Modern Business Environment
5	Брендті нығайту құралы ретінде корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікті пайдалану	Использование корпоративной социальной ответственности для усиления бренда	Using Corporate Social Responsibility to Strengthen Brand Equity
6	Мәдени айырмашылықтар – маркетингтік стратегияларды қалыптастыратын фактор	Культурные различия как фактор, формирующий маркетинговые стратегии	Cultural Differences as a Factor Shaping Marketing Strategies
7	Тұрақты маркетингті корпоративтік стратегияның бір бөлігі ретінде дамыту	Развитие устойчивого маркетинга как элемента корпоративной стратегии	Development of Sustainable Marketing as a Component of Corporate Strategy

8	Жасанды интеллект технологияларының дамуын ескере отырып, маркетингтегі инновациялық бағыттар	Инновационные направления в маркетинге с учетом развития технологий искусственного интеллекта	Innovative Marketing Directions Considering the Development of Artificial Intelligence Technologies
9	Этиканың маркетингтік стратегиялар мен бренд беделін қалыптастырудағы рөлі	Роль этики в формировании маркетинговых стратегий и репутации бренда	The Role of Ethics in Shaping Marketing Strategies and Brand Reputation
10	Big Data және аналитиканы жарнама мен маркетингтік зерттеулерде қолдану	Применение Big Data и аналитики в рекламе и маркетинговых исследованиях	Application of Big Data and Analytics in Advertising and Marketing Research
11	Мобильді технологиялардың тұтынушы мінез-құлқы мен маркетингтік тәсілдерге ықпалы	Воздействие мобильных технологий на поведение потребителей и маркетинговые подходы	The Impact of Mobile Technologies on Consumer Behavior and Marketing Approaches
12	Электронды коммерциядағы маркетинг: цифрлық ортадағы қиындықтар мен мүмкіндіктер	Маркетинг в электронной коммерции: вызовы и возможности цифровой среды	E-Commerce Marketing: Challenges and Opportunities in the Digital Environment
13	Цифрландыру дәуіріндегі маркетингтік кампаниялардың табыстылығын анықтайтын негізгі факторлар	Ключевые факторы успешности маркетинговых кампаний в эпоху цифровизации	Key Success Factors of Marketing Campaigns in the Digital Age
14	Маркетинг тиімділігін арттыру құралы ретіндегі дербестендіру және оны жүзеге асырудағы қиындықтар	Персонализация как инструмент повышения эффективности маркетинга и вызовы ее реализации	Personalization as a Tool for Enhancing Marketing Efficiency and Its Implementation Challenges
15	Экологиялық трендтер – маркетинг пен тұтынушы талғамының өзгеруіне әсер етуші факторлар	Экологические тренды как драйверы изменения маркетинга и потребительских предпочтений	Environmental Trends as Drivers of Change in Marketing and Consumer Preferences
16	Шағын және орта бизнес үшін тиімді маркетингтік стратегиялар	Эффективные маркетинговые стратегии для малых и средних предприятий	Effective Marketing Strategies for Small and Medium-Sized Enterprises

17	Интеграцияланған маркетингтік коммуникациялар: артықшылықтары мен ықтимал шектеулері	Интегрированные маркетинговые коммуникации: преимущества и потенциальные ограничения	Integrated Marketing Communications: Advantages and Potential Limitations
18	Тұрақты маркетинг стратегияларын бағалау: өлшеу және интерпретация қиындықтары	Оценка устойчивых маркетинговых стратегий: сложности измерения и интерпретации результатов	Evaluating Sustainable Marketing Strategies: Challenges in Measurement and Interpretation
19	Қазіргі заманғы маркетинг тәжірибесінде жасанды интеллект құралдарын қолдану	Использование инструментов искусственного интеллекта в современной маркетинговой практике	The Use of Artificial Intelligence Tools in Modern Marketing Practice
20	Тұтынушы қабылдауы мен мінез-құлқын зерттеудегі нейромаркетингі қолдану	Применение нейромаркетинга в исследовании потребительского восприятия и поведения	The Application of Neuromarketing in Studying Consumer Perception and Behavior