

**Примерни теми
за магистърски тези за
„Корпоративни стратегии и дигитални трансформации“**

1. Цифровата икономика – теоретични основи, използвани технологии, перспективи за развитие.
2. Стратегия за развитие на цифровата икономика в Европейския съюз.
3. Етапи на дигитално развитие на съвременните организации (на примера на конкретна/и организация/и)
4. Изследване на един от моделите G2G, B2G, B2C, B2P, B2E, C2C на базата на конкретен пример.
5. Дигитални модели за водене на бизнеса (на примера на българска компания). (Компаниите „Спарк“, „Алтерко Роботикс“, „MClimate“ и др.)
6. Оценка на конкурентните предимства на компания „.....“ (осъществила дигитална трансформация)
7. Възникнали като глобални фирми. (на примера на компания „.....“)
8. Онлайн към офлайн („O2O“) бизнес модел на компания „.....“
9. Ролята на Интернет статистиката за изграждане ефективна бизнес стратегия на компания „.....“
10. Корпоративната социална отговорност – елемент от културата на съвременната фирма.
11. Дигиталните иновации и технологичното обновление в търговско дружество „.....“.
12. Дигитализация на бизнес-процесите в търговско дружество „.....“.
13. Дигитализация на организацията на труда и информационните технологии в търговско дружество „.....“
14. Дигиталните трансформации на финансовите процеси в търговско дружество „.....“ или банка „.....“
15. „Дигиталните следи“ и „дигиталната сянка на потребителя“ като основа за определяне на характеристиките и сегментиране на клиентите на компания „.....“
16. Геолокацията и геотракерите като основа за сегментация и изграждане на контакти с клиентите от компания „.....“.
17. Особенности на изграждане на търговска марка и имидж на компанията „.....“ в Интернет пространството
18. Могат ли пазарните дялове на компаниите да се определят на база търсенията в Google? (на примера на фармацевтичните или телекомуникационни компании)
19. Планиране портфолио на инвестиционно дружество или пенсионен фонд: оценка на активите и риска.
20. „Големите бази данни“ (big data) и промяната на взаимоотношенията на компания „.....“ с клиентите
21. Съвременни системи за управление на клиентите (На примера на приложението им в конкретна компания.)
22. Приложение на франчайзингова стратегия на българския пазар от компания „.....“ (или от българска фирма на чуждестранен пазар)
23. Прилагане на стратегията лицензиране на българския пазар от компания „.....“ (или от българска фирма на чуждестранен пазар)
24. Аутсорингът в дигиталната икономика. Дейности на компания „.....“, прехвърлени в България. Дейности на българската компания „.....“, изнесени в чужбина.
25. Ефективният уеб-портал на компания „.....“.
26. Изготвяне на задание за създаване на Интернет сайт на компания „.....“.
27. Технологични и маркетингови инструменти за оптимизиране на сайта на компания „.....“
28. Мобилните канали – ефективна форма за взаимодействие на компания „.....“ със своите клиенти.
29. Ролята на месинджъра „.....“ (Facebook Messenger, WhatsApp, Viber, WeChat) за взаимодействие с клиентите на компания „.....“.
30. Особенности на социалната мрежа „.....“ (Facebook, YouTube, LinkedIn, Twitter, Pinterest, Instagram, QQ, ВКонтакте и др.) при създаване на контакти с потребителите на компания „.....“.
31. Специфика на маркетинга на съдържанието на компания „.....“ в социалната мрежа „.....“ (Facebook, YouTube, LinkedIn, Twitter, Pinterest, Instagram, QQ, ВКонтакте и др.)
32. Моделът „цена за извършено действие“ (Cost per Action – CPA) в практиката на компания „.....“
33. Приложение на данните от Google Analytics за оперативно управление на взаимодействията с клиентите от компания „.....“.
34. Приложение на модела на петте сили на Портър при анализа на конкуренцията в отрасъл „.....“
35. Приложение на методите за оценка на фирмената конкуренция: „верига на стойността“, „метод на бенчмаркинг“ за търговското дружество „.....“
36. Дигитална фирмена стратегия на компания „.....“ (анализ и оценка на стратегията на компания)