

Тематические направления олимпиады:

- технологическое предпринимательство: современные проблемы и перспективы;
- инженер-экономист: подготовка специалистов с высшим образованием;
- перспективы и факторы экономического развития предприятий в интеграционный период;
- механизм управления проектами развития промышленных предприятий в интеграционный период;
- социально-экономические факторы восстановления промышленности Донбасс;
- повышение конкурентоспособности промышленных предприятий в условиях интеграции в Российскую Федерацию;
- геологоразведчик будущего: ключевые компетенции инженеров компаний;
- цифровизация в технологическом предпринимательстве;
- подходы к прогнозированию потребностей профессионального сообщества в сквозных цифровых компетенциях инженера-экономиста (по отраслям);
- содержание и значение развития малого предпринимательства для национальной экономики Российской Федерации;
- исследование и внедрение инновационных технологий в стартапе;
- развитие бренда и создание узнаваемости для стартапа;
- бизнес-план разработки и продвижения продукта;
- управление командой и развитие корпоративной культуры;
- правовые аспекты и защита интеллектуальной собственности;
- создание экологически устойчивого продукта или услуги;
- создание продукта или услуги для улучшения эффективности энергопотребления;
- перспективы развития маркетинг услуг (на примере туризма, автосервиса, гостиничного хозяйства и др.) в период интеграции в правовое поле Российской Федерации;
- методология использования интернета при проведении экономических исследований;
- нейромаркетинг как инструментальный воздействия на потребителя;
- стратегии достижения конкурентных преимуществ предприятия;
- формирование и оценка конкурентоспособности продовольственных товаров;
- формирование и оценка конкурентоспособности непродовольственных товаров;
- формирование и оценка конкурентоспособности услуг;
- методы распространения товаров и их использование на предприятии;
- направления обеспечения эффективности мерчендайзинга в магазине;
- роль рекламы в формировании спроса и стимулировании сбыта товаров (услуг);

– современные подходы к организации маркетинговой деятельности на предприятии (торговли, питания, промышленности).