

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ
Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва
Кафедра маркетингу

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з навчальної роботи
Явтушенко А.М. _____
« 25 » березня 2019 року

ПЕРЕЛІК
ТЕМ КУРСОВИХ РОБІТ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Галузь знань 07 Управління та адміністрування
Спеціальність 075 Маркетинг
Освітній рівень бакалавр
з дисципліни **«МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»**

Київ – 2019

№ теми	Назва теми	Керівник
1.	Маркетинг взаємодії на цільовому ринку.	Крижко О.В.
2.	Маркетинг-мікс у системі виробничо-господарської діяльності фірми.	Крижко О.В.
3.	Маркетинговий менеджмент у зовнішньоекономічній діяльності фірми.	Крижко О.В.
4.	Маркетинговий менеджмент в некомерційній діяльності фірми.	Крижко О.В.
5.	Управління персоналом фірми (підприємства) на засадах маркетингу.	Крижко О.В.
6.	Маркетинговий менеджмент у невиробничій сфері.	Крижко О.В.
7.	Моделі прийняття рішень в маркетинговому менеджменті.	Крижко О.В.
8.	Розробка маркетингових стратегій на промисловому підприємстві (посередницькій оптовій фірмі).	Крижко О.В.
9.	Оборонні стратегії підприємства (фірми) для збереження маркетингових переваг.	Крижко О.В.
10.	Тактика та стратегія в реалізації маркетингової політики підприємства (фірми).	Крижко О.В.
11.	Планування стратегічного маркетингу.	Крижко О.В.
12.	Оперативне планування маркетингової діяльності.	Крижко О.В.
13.	Розробка маркетингової програми на підприємстві (фірмі).	Крижко О.В.
14.	Розробка маркетингового бюджету на підприємстві (фірмі).	Крижко О.В.
15.	Організаційне проектування маркетингової структури фірми (підприємства).	Крижко О.В.
16.	Організаційні аспекти управління маркетингом на підприємстві (в торгово-посередницькій фірмі).	Крижко О.В.
17.	Організація маркетингових служб на підприємстві (фірмі).	Крижко О.В.
18.	Управління рекламною діяльністю фірми (підприємства).	Крижко О.В.

19.	Управління системою стимулювання збуту товарів на підприємстві.	Крижко О.В.
20.	Особливості управління фірмою (підприємством) в рамках концепції соціально-етичного маркетингу.	Крижко О.В.
21.	Паблік рилейшнз у системі управління маркетингом підприємства (фірми).	Крижко О.В.
22.	Планування та контроль в маркетинговому менеджменті.	Крижко О.В.
23.	Планування та розробка технологій просування товарів (послуг) на цільовий ринок.	Крижко О.В.
24.	Прямий маркетинг, його форми та оцінка ефективності.	Крижко О.В.
25.	Розробка маркетингової системи управління підприємством (фірмою).	Крижко О.В.
26.	Управління маркетингом на підприємстві (в посередницькій оптовій фірмі).	Крижко О.В.
27.	Управління асортиментною політикою промислового підприємства (фірми).	Крижко О.В.
28.	Управління каналами розподілу товарів виробничого (споживчого) призначення.	Крижко О.В.
29.	Управління маркетингом ділових (споживчих) послуг.	Крижко О.В.
30.	Управління комерційною діяльністю підприємства на основі маркетингової концепції.	Крижко О.В.
31.	Управління товарними запасами на підприємстві.	Крижко О.В.
32.	Управління цінами та розробка цінових стратегій на підприємстві (фірмі).	Крижко О.В.
33.	Управління системою інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємства (фірми).	Крижко О.В.
34.	Управління ризиками в комерційній діяльності промислового підприємства (фірми).	Крижко О.В.
35.	Управління персоналом в маркетингових підрозділах фірми (підприємства)	Крижко О.В.
36.	Управління маркетинговою діяльністю підприємства (на прикладі...).	Крижко О.В.
37.	Оцінка організації маркетингової діяльності на виробничому (торгово-посередницькому,	Крижко О.В.

	роздрібному) підприємстві.	
38.	Формування та аналіз ефективності маркетингової програми на підприємстві	Крижко О.В.
39.	Розробка та обґрунтування маркетингової програми на прикладі підприємства.	Крижко О.В.
40.	Оцінка організації маркетингу на виробничому (торгово-посередницькому, роздрібному) підприємстві	Крижко О.В.
41.	Контроль та аналіз маркетингової діяльності підприємства	Крижко О.В.
42.	Розробка програми розвитку нового продукту на підприємстві	Крижко О.В.
43.	Розробка програми ціноутворення і політики цін на підприємстві	Крижко О.В.
44.	Розробка програми продажів на підприємстві	Крижко О.В.
45.	Оцінка ефективності організації маркетингового менеджменту на підприємстві	Крижко О.В.
46.	Удосконалення діяльності маркетингових підрозділів підприємства	Крижко О.В.
47.	Аналіз маркетингового тактичного та оперативного планування на підприємстві	Крижко О.В.
48.	Аналіз маркетингового стратегічного планування на виробничому (торгово-посередницькому, роздрібному) підприємстві	Крижко О.В.
49.	Удосконалення маркетингової діяльності підприємства	Крижко О.В.
50.	Розробка та реалізація маркетингових програм на виробничому (торгово-посередницькому, роздрібному) підприємстві	Крижко О.В.
51.	Управління маркетинговою діяльністю підприємства (на прикладі...).	Крижко О.В.
52.	Оцінка організації маркетингової діяльності на виробничому (торгово-посередницькому, роздрібному) підприємстві	Крижко О.В.
53.	Формування та аналіз ефективності маркетингової програми на підприємстві	Крижко О.В.
54.	Розробка та обґрунтування маркетингової програми на прикладі підприємства.	Крижко О.В.

55.	Оцінка організації маркетингу на виробничому (торгово-посередницькому, роздрібному) підприємстві	Крижко О.В.
56.	Контроль та аналіз маркетингової діяльності підприємства	Крижко О.В.
57.	Розробка програми розвитку нового продукту на підприємстві	Крижко О.В.
58.	Розробка програми ціноутворення і політики цін на підприємстві	Крижко О.В.
59.	Розробка програми продажів на підприємстві	Крижко О.В.
60.	Організація рекламної діяльності підприємств виставково-ярмаркового комплексу	Крижко О.В.

Завідувач кафедри

д.е.н, професор Виноградова О.В

« 28» серпня 2019 р.

ПОГОДЖЕНО

Директор Навчально-наукового інституту
менеджменту та підприємництва
к.т.н., Федюнін С.А.

« 28» серпня 2019 р.