**Рекомендована тематика кваліфікаційних бакалаврських робіт**

за освітньо-професійною програмою «Маркетинг»

спеціальності 075 «Маркетинг»

1. Маркетингове управління як стратегія ефективного розвитку підприємства.
2. Маркетинг у бізнесовій діяльності підприємства.
3. Маркетинг в управлінні бізнес-діяльністю на В2В-ринку.
4. Маркетинг на ринку інноваційних товарів.
5. Маркетинг промислового підприємства.
6. Маркетинг сервісного підприємства.
7. Маркетинг торговельного підприємства.
8. Маркетингова діяльність підприємств в умовах глобалізації.
9. Соціально-етичний маркетинг у діяльності промислового підприємства.
10. Соціально-відповідальний маркетинг та особливості його застосування в сучасних умовах.
11. Екологічний маркетинг та особливості його застосування в сучасних умовах.
12. Екологічний маркетинг в системі управління сталим розвитком підприємства.
13. Холістичний маркетинг в управлінні ринковою діяльністю підприємства.
14. Цифровий маркетинг в управлінні діяльністю підприємства на ринку.
15. Інтернет-маркетинг в управлінні діяльністю підприємства.
16. Мережевий маркетинг та особливості його застосування в сучасних умовах.
17. Комплекс маркетингу підприємства та його інструментальна структура.
18. Управління маркетинговим комплексом промислового підприємства.
19. Управління маркетинговим комплексом сервісного підприємства.
20. Управління маркетинговим комплексом торговельного підприємства.
21. Маркетинг в управлінні формуванням споживчих переваг.
22. Маркетинг в управлінні конкурентоспроможністю підприємства.
23. Маркетингове забезпечення конкурентоспроможності промислового підприємства.
24. Управління маркетинговою діяльністю промислових підприємств.
25. Маркетинг у закупівельній діяльності підприємств.
26. Маркетингове управління інноваційними процесами на підприємстві (організації).
27. Сучасні Інтернет-технології в управлінні маркетинговою діяльністю підприємства.
28. Управління ризиками в маркетинговій діяльності промислових підприємств.
29. Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності підприємств.
30. Зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства та їх вплив на управління його маркетинговою діяльністю.
31. Система маркетингових досліджень підприємства та шляхи її розвитку.
32. Кон'юнктура товарного ринку та маркетингова діяльність промислового підприємства.
33. Маркетингові дослідження кон’юнктури товарного ринку.
34. Дослідження ринку товарів/послуг промислового призначення в Україні.
35. Дослідження ринку маркетингових послуг в Україні.
36. Бенчмаркінг у системі управління маркетинговою діяльністю підприємства.
37. Сегментування товарного ринку в маркетинговій діяльності підприємства.
38. Сегментування споживчого ринку підприємства.
39. Сегментування ринку товарів/послуг промислового призначення.
40. Конкуренція та її вплив на маркетингову діяльність промислового підприємства.
41. Маркетингові дослідження споживчого сприйняття у брендингу.
42. Маркетингові дослідження поведінки споживачів підприємства на ринку.
43. Маркетингові дослідження в ціноутворенні на підприємстві.
44. Маркетингові дослідження в каналах розподілу підприємства.
45. Поведінка споживача на ринку товарів/послуг промислового призначення.
46. Поведінка споживача на ринку споживчих товарів/послуг.
47. CRM-система в управлінні взаємозв’язками зі споживачами.
48. Управління програмами лояльності споживачів.
49. Стратегічне планування маркетингової діяльності підприємств в умовах інформатизації суспільства.
50. Стратегічне планування маркетингової діяльності промислових підприємств.
51. Маркетингове стратегічне та оперативне планування у закупівельній діяльності підприємства.
52. Маркетингові стратегії в управлінні підприємством.
53. Операційний маркетинг промислового підприємства та шляхи його розвитку в сучасних умовах.
54. Планування інноваційної маркетингової діяльності підприємства.
55. Планування маркетингової діяльності підприємства в Інтернет-середовищі.
56. Гнучке (Agile) планування в управлінні маркетингом підприємства.
57. Прогнозування обсягів виробництва та продажу товарів у маркетинговій діяльності підприємства.
58. Позиціонування вітчизняних брендів і товарів на міжнародних ринках.
59. Маркетингова товарна політика сервісного підприємства.
60. Маркетингова товарна політика торговельного підприємства.
61. Маркетингова товарна політика промислового підприємства.
62. Управління товарною політикою промислового підприємства на ринку.
63. Маркетингове забезпечення якості товарів/послуг промислового призначення.
64. Маркетингове забезпечення якості товарів/послуг на ринку споживчих товарів.
65. Упаковка товарів та її місце в товарній політиці підприємства.
66. Управління торгівельними марками в сучасних умовах.
67. Управління номенклатурою і товарним асортиментом підприємства.
68. Управління конкурентоспроможністю товарів і послуг підприємства.
69. Маркетинг інноваційної діяльності промислового підприємства.
70. Маркетингова товарно-інноваційна політика підприємства.
71. Цінова політика в маркетинговій діяльності підприємства.
72. Маркетингове управління цінами на підприємстві.
73. Управління маркетинговою ціновою політикою підприємства.
74. Маркетингова цінова політика промислового підприємства.
75. Маркетингова цінова політика сервісного підприємства.
76. Маркетингова цінова політика торговельного підприємства.
77. Маркетингові стратегії ціноутворення на ринку товарів і послуг підприємства.
78. Маркетингове ціноутворення на промисловому підприємстві та шляхи його вдосконалення.
79. Маркетингові ціноутворення для інноваційних товарів.
80. Маркетингове ціноутворення у сфері послуг.
81. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством.
82. Маркетингова комунікаційна політика промислового підприємства.
83. Маркетингова комунікаційна політика сервісного підприємства.
84. Маркетингова комунікаційна політика торговельного підприємства.
85. Упаковка в системі маркетингового просування товарів.
86. Маркетингове просування товарів/послуг/підприємства в мережі Інтернет.
87. Маркетингове просування товарів/послуг/підприємства в соціальних мережах (SMM).
88. Пошукова оптимізація (SЕО) в Інтернет-маркетингу підприємства.
89. Інформаційно-комунікаційні технології в маркетинговій діяльності промислових підприємств.
90. Розвиток комунікаційної діяльності промислових підприємств у Інтернет-середовищі.
91. Інтернет-маркетинг у просуванні продукції промислового підприємства.
92. Стимулювання продажу/збуту в маркетинговій політиці комунікацій підприємства.
93. Управління процесом просування торгової марки на зовнішніх ринках.
94. Івент-маркетинг (маркетинг подій/подієвий маркетинг) в системі комунікаційної діяльності підприємства.
95. Виставково-ярмаркова діяльність підприємств та її ефективність.
96. Виставково-ярмаркова діяльність в системі маркетингу промислових підприємств.
97. Брендинг у маркетинговій діяльності підприємства.
98. Бренд і брендинг у комунікаційній діяльності підприємства.
99. Брендинг у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства та його товарів.
100. Брендинг у формуванні довгострокових відносин зі споживачами.
101. Вплив бренда на споживчу поведінку і на формування партнерських відносин.
102. Формування та розвиток ідентичності бренда.
103. Стратегія створення і розвитку бренда.
104. Стратегія позиціонування бренда.
105. Стратегія розвитку корпоративного бренда.
106. Формування та розвиток бренду промислового підприємства.
107. Управління портфелем брендів підприємства.
108. Просування бренду підприємства в мережі Інтернет.
109. Маркетингова політика розподілу продукції промислового підприємства.
110. Маркетингова політика розподілу продукції сервісного підприємства.
111. Маркетингова політика розподілу продукції торговельного підприємства.
112. Управління каналами продажу товарів споживчого попиту.
113. Управління каналами збуту товарів промислового призначення.
114. Управління процесом продажу на підприємстві.
115. Маркетингове управління продажем торговельно-посередницького підприємства.
116. Маркетингова стратегія та політика управління продажем товарів та послуг підприємства.
117. Стратегія охоплення ринку товарів/послуг промислового призначення.
118. Маркетинг у діяльності посередницького підприємства.
119. Управління мерчандайзингом у роздрібній торгівлі.
120. Управління товарними запасами підприємства та його ефективність.
121. Управління запасами готової продукції підприємства.
122. Організація та управління маркетинговою діяльністю на підприємстві в сучасних умовах.
123. Контроль та аналіз маркетингової діяльності підприємства.
124. Маркетинговий аудит в системі контролю ринкової діяльності підприємства.
125. Ефективність маркетингової діяльності промислового підприємства.
126. Управління ефективністю маркетингової діяльності промислового підприємства в процесі створення споживчої цінності.

**Напрямки наукової роботи в процесі виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи за освітньо-професійною програмою «Маркетинг»**

Тематика виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи визначається в межах напрямів досліджень:

1. Маркетингове управління розвитком підприємства.
2. Холістичний маркетинг в діяльності підприємств і організацій.
3. Управління маркетинговою діяльністю підприємств за комплексом маркетингу.
4. Маркетингові дослідження та їх інформаційне забезпечення.
5. Бенчмаркінг і консалтинг у маркетинговій діяльності підприємства.
6. Маркетингове стратегічне і операційне планування діяльності підприємства.
7. Маркетингове забезпечення інноваційної діяльності підприємства.
8. Маркетингова взаємодія з діловими партнерами та споживачами.
9. Організація маркетингової діяльності на підприємстві.
10. Маркетинг в управлінні продажем.
11. Логістичні системи і процеси та маркетинг.
12. Аналіз і оцінка ефективності маркетингової та логістичної діяльності.
13. Інтернет-маркетинг і особливості його застосування в діяльності підприємства.

Тема має бути спрямована на розкриття і конкретизацію узагальненого об’єкта спеціальності та спеціалізованого об’єкта діяльності. Конкретні теми формулюються у діалозі між науковим керівником і здобувачем вищої освіти.