

## Тематика кваліфікаційних робіт бакалаврів та магістрів у 2022-2023 н.р.

СВО	Шифр та назва спеціальності	Шифр та назва ОП	Тематика кваліфікаційних робіт
Бакалавр	075 Маркетинг	075 Маркетинг	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дослідження конкурентів підприємства на ринку продовольчої продукції</li> <li>2. Маркетингові дослідження кон'юнктури ринку продукції.</li> <li>3. Дослідження ринків товарів та послуг підприємства.</li> <li>4. Дослідження товарних марок та упаковки продукції підприємства</li> <li>5. Дослідження конкурентоспроможності продукції підприємства</li> <li>6. Дослідження іміджу підприємства та способи його поліпшення</li> <li>7. Маркетингові дослідження споживачів і цільового ринку</li> <li>8. Маркетингові дослідження ефективності асортиментної політики фірми в ринкових умовах господарювання</li> <li>9. Маркетингові дослідження закупівельної діяльності</li> <li>10. Аналіз потреб методом сегментації ринку.</li> <li>11. Аналіз привабливості певного ринку для підприємства.</li> <li>12. Маркетинговий аналіз конкурентоспроможності підприємства.</li> <li>13. Визначення конкурентних позицій підприємства на ринку та можливостей щодо їх поліпшення</li> <li>14. Організація комунікаційної політики підприємства в Інтернет</li> <li>15. Аналіз та вдосконалення комплексу маркетингу інтернет-магазину.</li> <li>16. Маркетинговий комплекс підприємства роздрібно торгівлі.</li> <li>17. Матеріально-технічне забезпечення в системі маркетингу підприємства.</li> <li>18. Маркетингова діяльність сервісного підприємства.</li> <li>20. Організація та планування маркетингової діяльності на підприємстві.</li> <li>21. Аналіз комплексу маркетингу торгового підприємства.</li> <li>22. Аналіз комплексу маркетингу промислового підприємства</li> <li>23. Удосконалення маркетингової діяльності промислового підприємства</li> <li>24. Маркетинг екоорієнтованого підприємства</li> <li>25. Маркетингові аспекти посилення конкурентоспроможності підприємства на ринку</li> <li>26. Вдосконалення асортиментної політики підприємства</li> <li>27. Маркетингове забезпечення виведення нового товару на ринок</li> <li>28. Формування стійких конкурентних переваг підприємства.</li> <li>29. Позиціонування торгової марки як передумова формування стратегії.</li> </ol>

		<ol style="list-style-type: none"><li>30. Формування базового товарного асортименту магазину</li><li>31. Прямий маркетинг та його ефективність.</li><li>32. Удосконалення маркетингових комунікацій на підприємстві.</li><li>33. Управління виставково-ярмарковою діяльністю підприємств.</li><li>34. Планування та оцінювання ефективності PR-заходів у маркетинговій комунікаційній діяльності підприємства.</li><li>35. Розробка заходів щодо закріплення торгової марки у свідомості споживачів та створення довгострокового іміджу підприємства</li><li>36. Удосконалення рекламної діяльності на підприємстві</li><li>37. Розробка маркетингових комунікацій на основі технологій вірусного маркетингу</li><li>38. Формування попиту та стимулювання збуту продукції.</li><li>39. Модель оцінки ефективності комунікацій в електронній комерції.</li><li>40. Оцінка ефективності використання рекламоносіїв</li><li>41. Логістичне забезпечення конкурентного потенціалу підприємства.</li><li>42. Формування логістичної системи підприємства.</li><li>43. Логістичні послуги посередницьких організацій</li><li>44. Управління закупівельною діяльністю на підприємстві.</li><li>45. Управління збутом на основі маркетингу.</li><li>46. Оцінювання ефективності збутової діяльності підприємства</li><li>47. Формування цінової політики компанії</li><li>48. Маркетингове ціноутворення на підприємстві та його удосконалення</li><li>49. Оцінювання ефективності маркетингової цінової політики підприємства</li><li>50. Сучасні інформаційні технології в маркетинговій діяльності підприємства</li><li>51. Цифрові технології в товарній політиці підприємства.</li><li>52. Цифрові технології в ціновій політиці підприємства.</li><li>53. Цифрові технології в системі розподілу підприємства.</li><li>54. Інформаційне забезпечення цифрового маркетингу.</li><li>55. Планування цифрового маркетингу підприємства.</li><li>56. Організація цифрового маркетингу підприємства.</li><li>57. Контроль цифрового маркетингу підприємства.</li><li>58. Інтернет-інструменти в маркетинговій діяльності підприємства.</li><li>59. Розробка рекламної інтернет-кампанії підприємства.</li><li>60. Аналіз сайту підприємства на відповідність вимогам пошукових систем.</li><li>61. Удосконалення процесу маркетингових досліджень підприємства.</li><li>62. Дослідження та прогнозування кон'юнктури товарного ринку.</li><li>63. Дослідження конкурентного середовища підприємства та використання його результатів в управлінні підприємством.</li><li>64. Маркетингові дослідження внутрішнього середовища підприємства.</li><li>65. Маркетингові дослідження брендів.</li><li>66. Маркетингові дослідження поведінки споживачів як</li></ol>
--	--	--

		<p>чинник покращення конкурентних позицій підприємства.</p> <p>67. Дослідження рекламного ринку _____.</p> <p>68. Порівняльний аналіз ефективності засобів реклами.</p> <p>69. Особливості управління комплексом маркетингу на сервісному підприємстві.</p> <p>70. Оцінка маркетингового середовища сервісного підприємства.</p> <p>71. Аналіз застосування інструментів маркетингу послуг.</p> <p>72. Аналіз асортиментних стратегій у сфері послуг.</p> <p>73. Оцінка якості та конкурентоспроможності послуг.</p> <p>74. Інноваційна маркетингова діяльність сервісного підприємства.</p> <p>75. Удосконалення системи просування послуг.</p> <p>76. Маркетинг-мікс у сфері послуг.</p> <p>77. Система збуту та маркетингових комунікацій у сфері послуг.</p> <p>78. Оцінка чинників впливу на поведінку споживача.</p> <p>79. Вплив на поведінку споживачів товарної політики організації.</p> <p>80. Вплив на поведінку споживачів цінової політики організації.</p> <p>81. Вплив на поведінку споживачів політики розподілу на підприємстві.</p> <p>82. Вплив на поведінку споживачів політики маркетингових комунікацій в організації.</p> <p>83. Удосконалення впливу підприємства на процес споживчого рішення.</p> <p>84. Удосконалення впливу підприємства на прийняття споживчого рішення індустріальним споживачем.</p> <p>85. Удосконалення впливу підприємства на поведінкову реакцію</p> <p>86. Управління каналами збуту товарів промислового призначення.</p> <p>87. Особистий продаж і управління збутом товарів промислового призначення.</p> <p>88. Реклама та стимулювання збуту на ринку товарів промислового призначення.</p> <p>89. Сегментація ринку, вибір цільового сегмента та позиціонування товарів промислового призначення.</p> <p>90. Прогнозування попиту на товари промислового призначення.</p> <p>91. Розробка програми позиціонування товару на обраних сегментах ринку.</p> <p>92. Прийняття стратегічних рішень щодо каналів розподілу в рамках маркетингової стратегії підприємства.</p> <p>93. Канали розподілу продукції підприємства та можливі шляхи вдосконалення управління збутом.</p> <p>94. Система стимулювання збуту продукції та можливі шляхи її вдосконалення.</p> <p>95. Маркетингове управління збутовою діяльністю підприємства та шляхи її вдосконалення.</p> <p>96. Розроблення маркетингової інноваційної стратегії підприємства.</p> <p>97. Обґрунтування та оцінка ефективності впровадження конкурентної маркетингової стратегії підприємства.</p> <p>98. Прийняття стратегічних рішень стосовно товару на базі розробленої маркетингової стратегії.</p>
--	--	---

		<p>99. Аналіз факторів зовнішнього середовища та обґрунтування вибору маркетингової стратегії фірми.</p> <p>100. Аналіз конкурентної ситуації на ринку та обґрунтування вибору маркетингової стратегії.</p> <p>101. Аналіз маркетингового середовища та обґрунтування вибору стратегії зростання підприємства.</p> <p>102. Аналіз ринкових можливостей підприємства та використання його результатів у розробці маркетингової стратегії.</p> <p>103. Аналіз маркетингової стратегії підприємства та шляхи її вдосконалення.</p> <p>104. Розробка стратегії виведення на ринок нового товару.</p> <p>105. Стратегія виходу підприємства на зовнішні ринки.</p> <p>106. Розробка стратегії інтегративного зростання підприємства.</p> <p>107. Цінова стратегія підприємства та шляхи її удосконалення.</p> <p>108. Формування/удосконалення комунікаційної стратегії підприємства.</p> <p>109. Маркетинговий аналіз бізнес-портфеля підприємства.</p> <p>110. Маркетингова стратегія підприємства на ринку продуктів харчування в умовах сезонних коливань попиту.</p> <p>111. Розроблення маркетингових заходів з удосконалення обслуговування клієнтів підприємств.</p> <p>112. Удосконалення системи формування партнерських стосунків з клієнтами.</p> <p>113. Удосконалення стандартів сервісного обслуговування.</p> <p>114. Ідентифікація пріоритетів обслуговування клієнтів та диференціація стандартів.</p> <p>115. Обґрунтування оптимального рівня обслуговування споживачів.</p> <p>116. Дослідження показників якості сервісного обслуговування клієнтів.</p> <p>117. Вдосконалення маркетингової товарної політики підприємства</p> <p>118. Вдосконалення системи управління торговою маркою суб'єкта господарювання.</p> <p>119. Ідентифікація товарних марок та упаковки продукції підприємства.</p> <p>120. Оптимізація планування ціни в системі маркетингу.</p> <p>121. Екологічна сертифікація продукції в системі створення конкурентних переваг підприємства.</p> <p>122. Управління комплексом маркетингових комунікацій.</p> <p>123. Формування і реалізація концепції інтегрованих маркетингових комунікацій у сфері послуг.</p> <p>124. Розробка програми просування (товарної, цінової політики, політики розповсюдження) нового товару (послуги).</p> <p>125. Розробка плану маркетингу товару (послуги).</p> <p>126. Дослідження впливу інвестування на товарну інноваційну політику сучасного підприємства.</p> <p>127. Маркетинг на ринку інноваційних товарів.</p> <p>128. Маркетингове дослідження стану інноваційної сфери України: проблеми та перспективи.</p> <p>129. Аналіз уподобань споживачів та обґрунтування створення нового товару (бренду).</p> <p>130. Розробка маркетингових заходів з формування</p>
--	--	--

			<p>позитивного іміджу фірми.</p> <p>131. Управління брендом на підприємстві.</p> <p>132. Брендинг як фактор підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.</p> <p>133. Маркетингові дослідження брендів.</p> <p>134. Формування іміджу підприємства як фактор посилення конкурентних переваг.</p> <p>135. Аналіз міжнародної маркетингової діяльності підприємства в умовах глобалізації.</p> <p>136. Розробка (вдосконалення) міжнародної маркетингової політики підприємства.</p> <p>137. Вдосконалення цінової політики підприємства на зовнішніх ринках.</p> <p>138. Дослідження комплексу маркетингу на зовнішніх ринках.</p> <p>139. Інструментарій впливу на поведінку споживачів на зовнішніх ринках.</p> <p>140. Планування маркетингової стратегії підприємства при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.</p> <p>141. Формування системи маркетингових комунікацій на зовнішніх ринках.</p> <p>142. Маркетингове забезпечення розвитку зеленого та екологічного туризму в Україні та регіонах.</p> <p>143. Аналіз інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємства.</p> <p>144. Розробка концепції системи маркетингової інформації підприємства.</p> <p>145. Маркетингова інформаційна система підприємства та можливі шляхи її вдосконалення.</p> <p>146. Реклама в пошукових системах та покращення конверсійних показників WEB-ресурсу.</p> <p>147. Система CRM як сучасна прогресивна система управління відносинами зі споживачами</p>
Магістр	075 Маркетинг	075 Маркетинг	<p>1. Розроблення маркетингової стратегії розвитку підприємства на основі портфельного аналізу.</p> <p>2. Удосконалення стратегії розвитку _____ (підприємства) на основі клієнтоорієнтованого маркетингу.</p> <p>3. Удосконалення стратегії просування продукції _____ підприємства на основі результатів маркетингового дослідження.</p> <p>4. Удосконалення стратегії розвитку _____ (підприємства) на основі результатів маркетингових досліджень.</p> <p>5. Удосконалення діяльності _____ (підприємства) на глобальному ринку на засадах стратегічного маркетингу.</p> <p>6. Удосконалення конкурентної стратегії _____ (підприємства) з використанням інструментів маркетингу.</p> <p>7. Вдосконалення методів проведення маркетингового дослідження ринку.</p> <p>8. Формування конкурентних переваг _____ (підприємства) на засадах стратегічного маркетингу.</p> <p>9. Розроблення та реалізація стратегії маркетингу на _____ підприємстві.</p> <p>10. Розроблення стратегії формування (удосконалення) іміджу підприємства.</p> <p>11. Формування (удосконалення) маркетингової стратегії розвитку організації. 12. Формування (удосконалення)</p>

		<p>системи стратегічного маркетингу на підприємстві в епоху турбулентності.</p> <p>13. Формування маркетингової стратегії розвитку підприємства на ринку послуг.</p> <p>14. Розвиток стратегії корпоративної ідентичності бренду «_____» на ринку _____ (галузева належність).</p> <p>15. Удосконалення маркетингової конкурентної стратегії підприємства на ринку _____ (галузева належність).</p> <p>16. Активізація маркетингової діяльності підприємства в умовах посилення конкуренції.</p> <p>17. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства сфери ІТ.</p> <p>18. Розроблення маркетингової стратегії розвитку _____ (підприємства) на локальному ринку.</p> <p>19. Підвищення лояльності кінцевих споживачів в умовах бізнесорієнтації «product out».</p> <p>20. Розроблення маркетингової стратегії розвитку підприємства шляхом трансформації його комплексу маркетингу.</p> <p>21. Розроблення стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок.</p> <p>22. Розроблення стратегії STP-маркетингу підприємства-нішера.</p> <p>23. Маркетингове забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємства.</p> <p>24. Забезпечення конкурентоздатності підприємства на основі маркетингових технологій.</p> <p>25. Розроблення бізнес-плану розвитку торговельного підприємства.</p> <p>26. Маркетингові аспекти оптимізації інноваційної діяльності підприємства.</p> <p>27. Удосконалення маркетингової діяльності торговельного підприємства.</p> <p>28. Управління торговельним підприємством на засадах маркетингової концепції.</p> <p>29. Удосконалення управління маркетинговою діяльністю на підприємстві (в організації).</p> <p>30. Розроблення та впровадження комплексу маркетингу в системі менеджменту підприємства торгівлі.</p> <p>31. Організація маркетингової діяльності підприємства оптової торгівлі.</p> <p>32. Обґрунтування, розроблення та реалізація комплексу маркетингу для приватного підприємця-фізичної особи.</p> <p>33. Активізація ринкової діяльності готельного підприємства на основі маркетингу.</p> <p>34. Розроблення маркетингової програми розвитку туристичного підприємства.</p> <p>35. Удосконалення рекламної стратегії підприємства сегменту HoReCa на основі психологічної мотивації клієнтів.</p> <p>36. Особливості організації та управління підприємством у сфері реклами (маркетингового консультування, маркетингових досліджень).</p> <p>37. Формування рекламної стратегії підприємства.</p> <p>38. Управління рекламною діяльністю торговельного підприємства.</p> <p>39. Впровадження форм і методів маркетингового менеджменту для забезпечення розвитку складних</p>
--	--	--

		<p>соціально-економічних систем.</p> <p>40. Розроблення стратегії маркетингу складних соціально-економічних систем.</p> <p>41. Імплементация засобів маркетингового менеджменту для забезпечення розвитку промислового підприємства.</p> <p>42. Розвиток складних соціально-економічних систем на засадах стратегічного маркетингу.</p> <p>43. Удосконалення системи маркетингового менеджменту сервісного підприємства.</p> <p>44. Забезпечення розвитку промислового підприємства засобами маркетингового менеджменту.</p> <p>45. Удосконалення маркетингового управління ціновою політикою підприємства.</p> <p>46. Удосконалення комунікаційної політики підприємства готельного бізнесу на основі сегментування цільового ринку.</p> <p>47. Формування комунікативної стратегії бренду на основі сегментування цільової аудиторії.</p> <p>48. Формування системи інтегрованих маркетингових комунікацій підприємства для досягнення лідерських позицій на ринку.</p> <p>49. Удосконалення збутової діяльності промислового підприємства з позиції маркетингової концепції.</p> <p>50. Модифікація асортименту послуг на основі управлінської концепції маркетингу.</p> <p>51. Удосконалення політики ціноутворення підприємства харчової промисловості.</p> <p>52. Удосконалення управління збутовою діяльністю на підприємстві (в організації).</p> <p>53. Удосконалення управління комунікаційною політикою підприємства (організації).</p> <p>54. Удосконалення маркетингових технологій просування продукції в інтернет-середовищі.</p> <p>55. Удосконалення збутової діяльності підприємства в межах концепції традиційного маркетингу.</p> <p>56. Удосконалення системи збуту продукції на B2B ринку.</p> <p>57. Удосконалення системи збуту підприємства на основі розробки його фірмового стилю.</p> <p>58. Розроблення плану розвитку товарного портфеля підприємства на інноваційній основі.</p> <p>59. Удосконалення комерційної діяльності підприємства на основі інтернет-технологій.</p> <p>60. Формування та підтримка лояльності споживачів до торговельної марки.</p> <p>61. Удосконалення системи збутових комунікацій на основі розроблення фірмового стилю підприємства.</p> <p>62. Удосконалення комунікаційної політики підприємства готельного бізнесу.</p> <p>63. Формування (удосконалення) системи роздрібної реалізації товару в мережі Інтернет.</p> <p>64. Формування (удосконалення) стратегії просування товару (бренду) у соціальній мережі.</p> <p>65. Удосконалення маркетингових технологій просування товару (бренду) у мережі Інтернет.</p> <p>66. Формування (удосконалення) стратегії інтеграції маркетингових комунікацій «онлайн-офлайн».</p> <p>67. Розроблення рекламної стратегії товару на основі дослідження різноманітних видів реклами на поведінку споживача.</p>
--	--	---

			<p>68. Удосконалення рекламної стратегії підприємства на основі дослідження поведінки споживачів на ринку споживчих товарів _____ (галузева приналежність).</p> <p>69. Формування комунікативної стратегії бренду на основі сегментування цільової аудиторії.</p> <p>70. Формування системи маркетингового стратегічного планування на підприємстві.</p> <p>71. Маркетингові механізми адаптації національного виробника до умов глобального конкурентного середовища.</p> <p>72. Формування та удосконалення економічного механізму маркетингу на підприємстві.</p> <p>73. Забезпечення маркетингової спрямованості управлінських рішень підприємства.</p> <p>74. Удосконалення сучасного корпоративного механізму маркетингу.</p> <p>75. Забезпечення ефективності економічного механізму маркетингу на підприємстві.</p> <p>76. Моделювання роботи економічного механізму маркетингу.</p> <p>77. Роль економічного механізму маркетингу в реалізації конкурентної стратегії підприємства.</p> <p>78. Удосконалення системи маркетингових досліджень підприємства як чинник гармонізації його взаємодії із зовнішнім маркетинговим середовищем.</p> <p>79. Розробка векторів маркетингового управління на різних стадіях життєвого циклу товару.</p> <p>80. Напрями імплементації екологічно орієнтованої маркетингової товарної політики.</p> <p>81. Удосконалення маркетингового ціноутворення при виведенні нового бренду на ринок України.</p> <p>82. Організація екологоорієнтованої маркетингової політики на підприємстві.</p> <p>83. Напрями вдосконалення системи маркетингу з урахуванням екологічності продукції.</p> <p>84. Сучасний аналіз інноваційної сфери України та шляхи її активізації.</p> <p>85. Кластерний аналіз інноваційної активності промислових підприємств України.</p> <p>86. Брендинг як ефективна технологія завоювання та утримання покупця.</p> <p>87. Запровадження територіального маркетингу в концепцію розвитку регіону.</p> <p>88. Обґрунтування маркетингової стратегії антикризового управління діяльністю підприємства.</p> <p>89. Впровадження концепції інноваційного антикризового маркетингу на підприємстві.</p> <p>90. Формування комплексу маркетингу підприємства в умовах антикризового управління.</p> <p>91. Удосконалення форм та засобів маркетингу в антикризовому управлінні підприємством.</p> <p>92. Проблеми ціноутворення в онлайн-середовищі та напрями їх вирішення.</p> <p>93. Концепція омніканальності у збутовій політиці підприємства.</p> <p>94. Крауд-маркетинг як інструмент стимулювання продажів.</p> <p>95. Цифрові технології в маркетингових комунікаціях</p>
--	--	--	---



		<p>підприємства.</p> <p>96. Цифрові технології в рекламі та PR.</p> <p>97. Цифрові технології в розширенні сервісу і підтримки споживачів.</p> <p>98. Цифрові технології в маркетингових дослідженнях підприємства</p> <p>99. Цифрові технології маркетингового аналізу в діяльності підприємства.</p> <p>100. Формування системи ключових показників ефективності цифрового маркетингу.</p> <p>101. Управління цифровим маркетингом підприємства.</p> <p>102. Дослідження основних інструментів Email-маркетингу та інтернетрозсилки підприємства.</p> <p>103. Розробка Email-кампанії підприємства. 104. Маркетинг підприємства у соціальних мережах (SMM).</p> <p>105. Розробка SMM-стратегії підприємства. 106. Дослідження основних інструментів SEO-маркетингу підприємства.</p> <p>107. Розробка стратегії маркетингу впливу (Influencemarketing) підприємства.</p> <p>108. Розробка програми партнерського маркетингу підприємства.</p> <p>109. Маркетинг-мікс та сценарії мобільного просування.</p> <p>110. Цифрові технології у просуванні бренду. 111. Цифрові технології у бренд-стратегії підприємства.</p> <p>112. Формування та просування інтернет-бренду підприємства.</p> <p>113. Розробка цифрової маркетингової стратегії підприємства.</p> <p>114. Розробка маркетингової інтернет-стратегії підприємства.</p> <p>115. Формування системи інтернет-комунікацій підприємства</p> <p>116. Формування системи ключових показників ефективності Інтернет маркетингу.</p> <p>117. Web-аналітика як інструмент прогнозування поведінки споживачів.</p> <p>118. Вплив цифрового маркетингу підприємства на його конкурентоспроможність.</p> <p>119. Формування бізнес-моделі на основі цифрових технологій маркетингу.</p> <p>120. Обґрунтування інноваційних заходів цифрового маркетингу підприємства.</p> <p>121. Вплив цифрових технологій маркетингу на підвищення вартості підприємства.</p> <p>122. Вдосконалення методів проведення маркетингового дослідження ринку.</p>
--	--	--

Завідувач кафедри

Володимир ЛАГОДІЄНКО