

**Тематика курсових робіт для студентів спеціальності 075
«Маркетинг» ОП «Маркетинг» з дисципліни «Маркетинг»**

1. Формування стратегії маркетингової діяльності підприємства.
2. Маркетингове планування діяльності підприємства.
3. Організація управління маркетингом та методи його вдосконалення в підприємстві.
4. Вдосконалення маркетингового менеджменту підприємства.
5. Організація маркетингової діяльності в підприємстві.
6. Організація маркетингового дослідження зовнішнього (внутрішнього) ринку підприємства.
7. Товарна номенклатура та асортимент товарів підприємства.
8. Товарно-асортиментна політика підприємства на споживчому ринку.
9. Вдосконалення споживчих характеристик товарів підприємства.
10. Позиціонування продукції підприємства на споживчому ринку.
11. Забезпечення конкурентних переваг агроформування та його продукції на ринку.
12. Вдосконалення конкурентоспроможності товарів підприємства на ринку.
13. Маркетингове забезпечення виробництва і продажу нових конкурентоспроможних товарів підприємства на споживчому ринку.
14. Маркетингове забезпечення реалізації продукції підприємства на споживчому ринку.
15. Вдосконалення торговельної (збутової) діяльності підприємства.
16. Функціонування та вдосконалення політики ціноутворення на товари підприємства.
17. Функціонування системи заходів з комплексу маркетингових комунікацій у господарстві.
18. Організація рекламної діяльності в підприємстві.
19. Формування комплексу стимулювання збуту товарів підприємства на споживчому ринку.
20. Функціонування концепції застосування маркетингу в підприємстві.
21. Маркетинг у банківсько-фінансовій сфері.
22. Маркетинг ринку продовольчих товарів підприємства.
23. Маркетинг регіонального ринку продукції у сфері ЗЕД.
24. Формування системи маркетингу в аграрній сфері економіки.
25. Організація та функціонування споживчих ринків.
26. Міжнародні валютно-фінансові та кредитні установи у економічному середовищі маркетингу.
27. Застосування товарних марок, упаковки і сервісу у товарному виробництві.
28. Маркетингова сегментація ринку АПК.
29. Маркетинг іноземних інвестицій у міжнародних економічних відносинах.

Маркетинг експортно-імпортних операцій.

31. Організація функціонування системи маркетингової інформації.

32. Маркетинг товарно-біржового ринку на внутрішньому та зарубіжних ринках.

33. Маркетинг товаропросування товарів і послуг на внутрішньому та зовнішньому ринках.

34. Система маркетингу сталого розвитку

35. Добровільні стандарти сталого розвитку в маркетинговій діяльності.

36. Методи та інструменти маркетингового управління сталим розвитком підприємства

37. Складові моделі сталого розвитку ринку.

38. Маркетинг сталого розвитку: досвід ЄС

39. Екологічний маркетинг в контексті сталого розвитку

40. Цифровий маркетинг як інструмент сталого розвитку

**Студент може самостійно запропонувати тему курсової роботи, з попереднім узгодженням з викладачем.*