

**ПЕРЕЛІК ОРІЄНТОВНИХ ТЕМ
ВИПУСКНИХ КВАЛІФІКАЦІЙНИХ МАГІСТЕРСЬКИХ РОБІТ**

Орієнтовна тематика кваліфікаційних магістерських робіт для студентів
денної та заочної форми навчання зі спеціальності

075 «Маркетинг»

ОПП «Маркетинг і рекламний бізнес»

*Обрана тема кваліфікаційної магістерської роботи має бути виконана на
прикладі певної організації/або підприємства/або установи.*

1. Удосконалення маркетингової стратегії діяльності підприємства.
2. Впровадження маркетингу в діяльність підприємства в умовах організаційних змін економіки.
3. Удосконалення маркетингової інформаційної системи підприємства.
4. Формування стратегії маркетингового менеджменту підприємств на ринку конкретного товару.
5. Формування товарної політики підприємства з позицій сучасного маркетингу.
6. Розробка стратегії просування продукції міжнародних (іноземних) підприємств на ринку України.
7. Дослідження стратегій просування вітчизняної продукції на вітчизняних ринках.
8. Підвищення конкурентоспроможності вітчизняного підприємства (або продукції) на основі маркетингу.
9. Формування ефективного розподілу продукції підприємства на вітчизняному (або іноземному) ринку.
10. Підвищення ефективності маркетингової цінової політики підприємства (або на ринку конкретного товару).
11. Формування організаційно-методичного забезпечення маркетингу на вітчизняних (іноземних) підприємствах.
12. Дослідження маркетингової діяльності вітчизняних підприємств в умовах економічної кризи.
13. Аналіз логістичної системи в господарській діяльності вітчизняного (іноземного) ринку.
14. Аналіз впровадження сучасних комп'ютерних технологій та глобальних інформаційних мереж в практику маркетингових досліджень підприємств.
15. Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства засадах міжнародного маркетингу.
16. Удосконалення маркетингового менеджменту підприємства в умовах фінансово-економічної кризи.
17. Удосконалення інструментів правового (державного) регулювання маркетингової (або рекламної) діяльності підприємств в Україні.
18. Формування механізму маркетингового управління підприємством в сучасних економічних системах.
19. Обґрунтування методичних підходів до оцінки ефективності маркетингової (рекламної) діяльності підприємства.

20. Впровадження міжнародного маркетингу в систему світогосподарських зв'язків підприємств України.
21. Формування маркетингу партнерських стосунків в господарській діяльності вітчизняних підприємств.
22. Формування стратегій рекламного менеджменту підприємства на ринку конкретних товарів (чи послуг).
23. Маркетингове дослідження ринку товару (чи послуги) як основа підвищення ефективності управлінських рішень.
24. Удосконалення організаційного забезпечення маркетингових досліджень на підприємстві.
25. Аналіз вітчизняних торгівельних марок на засадах брендингу.
26. Аналіз політики розподілу на внутрішньому ринку України.
27. Дослідження політики розподілу на зовнішніх ринках України.
28. Удосконалення діяльності посередницьких підприємств на основі сучасного маркетингу.
29. Удосконалення управління якістю продукції (або послуг) підприємства на основі міжнародних стандартів.
30. Удосконалення маркетингових заходів щодо просування інноваційних продуктів (товарів, послуг) підприємств.
31. Дослідження маркетингових інструментів розвитку підприємства в сучасних умовах.
32. Удосконалення асортиментної політики підприємства.
33. Дослідження впливу маркетингових досліджень ринку на розвиток підприємства.
34. Формування товарної інноваційної політики підприємства.
35. Дослідження маркетингової діяльності в процесі розвитку підприємства.

Зав. кафедри
маркетингу і рекламного бізнесу



Р.В. Галенін