

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«ВИШНЯНСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ЛЬВІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ»

НАКАЗ

Код ЄДРПОУ 34387399

«11» квітня 2024 року

с. Вишня

№ 50-с

Про закріплення тем курсових робіт

Відповідно до положення про організацію освітнього процесу у Відокремленому структурному підрозділі «Вишнянський фаховий коледж Львівського національного університету природокористування» та навчального плану підготовки фахових молодших бакалаврів спеціальності «Менеджмент» економічного відділення

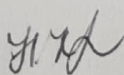
НАКАЗУЮ:

1. Закріпити за студентами III-го курсу групи М-31 денної форми навчання спеціальності «Менеджмент» теми курсових робіт з дисципліни «Маркетинг»

1.	Гапачило Вадим Володимирович	Маркетинг торговельної інфраструктури
2.	Гичкевич Назар Тарасович	Управління новими товарами
3.	Глушко Святослав Любомирович	Управління рекламною діяльністю
4.	Калімон Віталій Петрович	Поведінка споживачів на ринку організацій.
5.	Керман Тетяна Романівна	Суть і завдання маркетингової діяльності підприємств
6.	Когут Вероніка Олегівна	Ціна, як елемент комплексу маркетингу
7.	Коновал Максим Сергійович	Поняття та сутність міжнародного маркетингу
8.	Крисько Марія Михайлівна	Суть і значення маркетингової логістики
9.	Лазорук Анастасія Іванівна	Поведінка споживачів на споживчому ринку.
10.	Магера Вероніка Володимирівна	Суть і значення цільового маркетингу
11.	Пастернак Дмитро Володимирович	Суть комплексу маркетингу та його елементи
12.	Попович Степан Володимирович	Новітні тенденції розвитку маркетингу
13.	Уніят Вікторія Іванівна	Етапи становлення сучасного маркетингу
14.	Чопко Юлія Володимирівна	Просування, як елемент комплексу маркетингу
15.	Білас Василь Іванович	Соціальна спрямованість сучасного маркетингу
16.	Буйна Ігор Романович	Суть і значення ринкової кон'юнктури
17.	Ганик Михайло Михайлович	Суть і структура маркетингового середовища
18.	Грох Богдан Андрійович	Маркетинг, як концепція ринкової діяльності підприємства.
19.	Задорожний Андрій Миколайович	Організація маркетингової діяльності підприємств
20.	Марутяк Олег Степанович	Споживчі властивості товарів
21.	Матківський Ростислав Романович	Суть та значення маркетингових досліджень
22.	Морозович Роман Ярославович	Товар, як елемент комплексу маркетингу
23.	Принчук Андрій Миколайович	Управління життєвим циклом товарів
24.	Пукіш Андрій Юрійович	Розподіл, як елемент комплексу маркетингу
25.	Репетилло Ярослав Йосипович	Управління персональним продажем
26.	Саф'яник Юрій Іванович	Планування маркетингової діяльності підприємств
27.	Швець Юрій Романович	Суть та значення маркетингової інформації
28.	Шумський Віталій Віталійович	Особливості організації маркетингу в аграрному секторі

2. Захист курсових робіт провести згідно затвердженого розкладу.

В.о.директора:



Наталія ГАЛУШКА