

Перелік тем курсових робіт з дисципліни Маркетинг
для здобувачів освіти спеціальності 073 Менеджмент, групи М-31
2023-2024 н.р.

1. Маркетинг, як концепція ринкової діяльності підприємства.
2. Суть і завдання маркетингової діяльності підприємств
3. Суть комплексу маркетингу та його елементи
4. Етапи становлення сучасного маркетингу
5. Соціальна спрямованість сучасного маркетингу
6. Суть і структура маркетингового середовища
7. Поведінка споживачів на споживчому ринку.
8. Поведінка споживачів на ринку організацій.
9. Суть та значення маркетингових досліджень
10. Суть та значення маркетингової інформації
11. Суть і значення ринкової кон'юнктури
12. Суть і значення цільового маркетингу
13. Маркетингові стратегії сегментації ринку
14. Товар, як елемент комплексу маркетингу
15. Споживчі властивості товарів
16. Управління новими товарами
17. Управління життєвим циклом товарів
18. Ціна, як елемент комплексу маркетингу
19. Розподіл, як елемент комплексу маркетингу
20. Суть і значення маркетингової логістики
21. Маркетинг торговельної інфраструктури
22. Просування, як елемент комплексу маркетингу
23. Управління рекламною діяльністю
24. Управління персональним продажем
25. Стимулювання збуту, як елемент комплексу просування
26. Зв'язки з громадськістю, як елемент комплексу просування
27. Планування маркетингової діяльності підприємств
28. Організація маркетингової діяльності підприємств
29. Поняття та сутність міжнародного маркетингу
30. Особливості організації маркетингу в аграрному секторі
31. Новітні тенденції розвитку маркетингу

Розглянуто на засіданні циклової комісії
економічних дисциплін

Протокол від «24» січня 2024 року № 6
Голова циклової комісії Надія РОЗДАЙБІДА