

Перелік тем кваліфікаційних робіт на 2025 рік

(другий рівень підготовки “Магістр”)

спеціальності 075 Маркетинг освітньо-професійної програми Маркетинг

1. Удосконалення маркетингової діяльності в умовах діджиталізації
2. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства на основі моделей поведінки споживачів
3. Удосконалення рекламної діяльності підприємства
4. Впровадження інтернет-маркетингу у діяльність підприємства
5. Удосконалення стратегій інтернет-маркетингу підприємства
6. Удосконалення маркетингової комунікаційної політики на основі використання інтернет-технологій
7. Удосконалення політики збуту підприємства
8. Стратегічні аспекти управління марочною політикою підприємства
9. Удосконалення комунікаційної політики організації сфери послуг
10. Формування комплексу маркетингових комунікацій підприємства
11. Формування стратегії розвитку товарної політики підприємства
12. Удосконалення політики просування товару в системі маркетингу підприємства
13. Удосконалення маркетингової діяльності інтернет-магазину
14. Удосконалення елементів системи маркетингу підприємства
15. Удосконалення маркетингу на підприємстві в умовах виходу на нові ринки
16. Аналіз і оцінка цифрової реклами у маркетинговій діяльності підприємств
17. Організація піар кампанії на підприємстві
18. Інтернет-реклама в системі маркетингу підприємства
19. Бренд-менеджмент як інструмент маркетингової діяльності підприємств
20. Стан та перспективи маркетингу підприємства під час війни
21. Удосконалення маркетингової діяльності будівельного підприємства
22. Управління маркетинговим потенціалом підприємства в умовах невизначеності ринку
23. Впровадження маркетингових комунікацій в соціальних мережах
24. Удосконалення email-маркетингу в сучасній маркетинговій стратегії підприємства
25. Розробка плану маркетингу для підприємства
26. Формування маркетингової цифрової стратегії підприємства
27. Впровадження інтернет-маркетингу на ринку туристичних послуг
28. Формування системи соціальної відповідальності бізнесу в умовах сучасних викликів

29. Удосконалення маркетингової діяльності підприємства в контексті забезпечення його конкурентоспроможності.
30. Формування сервісної політики на підприємствах сфери послуг.
31. Розробка фірмового стилю підприємства
32. Розвиток і управління різними формами маркетингових комунікацій в сучасних умовах
33. Формування товарного асортименту підприємства
34. Управління інноваціями у маркетинговій товарній політиці промислового підприємства.
35. Організація виставково-ярмаркової діяльності промислового підприємства.
36. Розробка стратегії соціально-економічного розвитку території на основі маркетингового підходу.
37. Формування системи маркетингових комунікацій на Європейському ринку.
38. Розвиток маркетингової діяльності організації на основі використання технологій прямого маркетингу
39. Інтеграція процесів управління маркетинговою діяльністю за допомогою маркетингової інформаційної системи.
40. Управління маркетинговою діяльністю на основі мерчандайзингу
41. Використання бенчмаркінгу як ефективного напрямку маркетингового аналізу діяльності організації медіаіндустрії.
42. Оцінка та вибір цінової стратегії організації на конкурентному ринку.
43. Збутовий маркетинг як фактор вирішення проблем взаємодії суб'єктів ринку.
44. Комплексна оцінка ефективності діяльності комерційного підприємства.
45. Синергетичний підхід до побудови сучасної системи управління ефективністю використання маркетингових інструментів просування товару.
46. Застосування аналітичних інструментів у процесі вдосконалення маркетингової політики.
47. Створення системи маркетингових комунікацій на основі BTL-заходів.
48. Проведення комплексного дослідження для розробки та вдосконалення комунікаційної політики в маркетинговій діяльності.
49. Управління маркетинговими витратами в неприбутковій організації.
50. Удосконалення системи управління якістю продукції (послуг) для підприємства (організації).
51. Розвиток системи управління якістю продукції (послуг) та забезпечення її конкурентоспроможності на підприємстві (в організації).
52. Формування та вдосконалення організаційно-економічних важелів управління якістю продукції (послуг) на підприємстві (в організації).
53. Удосконалення системи управління конкурентоспроможністю продукції (послуг) для підприємства (організації).
54. Удосконалення управління товарною політикою підприємства (організації).

55. Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства в системі стратегічного управління.
56. Управління маркетингом підприємства роздрібною торгівлі
57. Розробка і впровадження систем маркетингового менеджменту у практичну діяльність фірми.
58. Організація маркетингового планування на основі дослідження ринкових позицій фірми.
59. Маркетингове планування на підприємстві в умовах турбулентних змін ринкового середовища
60. Розробка маркетингової програми розвитку підприємства
61. Реструктуризація бізнесу на основі маркетингу.
62. Обґрунтування маркетингової стратегії підприємства
63. Розробка інноваційної стратегії промислового підприємства на засадах маркетингу.
64. Розробка та впровадження маркетингового плану діяльності підприємства.
65. Організація просування і збуту продукції виробничо-технічного призначення у практичній діяльності промислового підприємства.
66. Управління формуванням асортименту продукції підприємства в умовах конкурентного середовища.
67. Розробка і впровадження комплексу маркетингових комунікацій у практичній діяльності підприємств.
68. Організація системи контролю ефективності рекламної діяльності у процесі проведення рекламних кампаній.
69. Управління брендом товарів та послуг підприємства.
70. Управління конкурентоспроможністю фінансово-кредитного закладу на засадах маркетингу.
71. Застосування маркетингових підходів до формування програм діяльності політичних партій та громадських об'єднань.
72. Оцінка власного потенціалу фірми та її конкурентоспроможності на основі методології маркетингових досліджень
73. Управління маркетингом некомерційних підприємств.
74. Перспективи побудови вертикальної маркетингової системи як шлях забезпечення конкурентної переваги на ринку.
75. Маркетинговий аудит в системі управління підприємством.
76. Оцінка конкурентних позицій підприємства на ринку товарів промислового призначення.
77. Оцінка рівня конкурентоспроможності товарів (послуг) підприємства-товаровиробника на ринку.
78. Обґрунтування шляхів вдосконалення маркетингової діяльності посередницької організації
79. Розробка та організація маркетингової стратегії підприємства.

80. Франчайзинг як ключовий елемент розвитку роздрібних мереж в регіоні.
81. Формування розподільчих центрів як зовнішньої логістичної інфраструктури регіону.
82. Управління комунікаційною політикою підприємства на основі системи медіапланування.
83. Розробка стратегії медіапланування в політиці просування сучасних підприємств.
84. Використання сучасних ІТ-технологій у комунікаційній політиці підприємства.
85. Стратегії та інструменти просування бізнесу в соціальних медіа.
86. Розробка digital-стратегії підприємства.
87. Формування стратегії виведення і просування продукції на ринку на прикладі)
88. Формування рекламного забезпечення позиціонування підприємства
89. Логістичне управління розподілом продукції підприємства.
90. Управління процесом позиціонування підприємства на ринку
91. Формування та розвиток маркетингової системи збуту підприємства.
92. Формування та розвиток маркетингової комунікаційної політики підприємства.