**Тематика курсових робіт з дисципліни «Стратегічне управління»**

1. Дослідження і порівняльна оцінка умов вибору і формування маркетингової стратегії підприємства в короткостроковому періоді.
2. Дослідження і порівняльна оцінка умов вибору і формування маркетингової стратегії підприємства в довгостроковому періоді.
3. Порівняльна оцінка інструментів вибору маркетингової стратегії для стратегічного плану підприємства.
4. Маркетингова стратегія підприємства для зовнішнього ринку збуту.
5. Маркетингові аспекти вибору і реалізації стратегії розвитку підприємства
6. Дослідження стратегії закупівлі товарно-матеріальних цінностей для підприємств і факторів, що визначають її ефективність.
7. Стратегічні рішення підприємства з управління якістю продукту.
8. Стратегія рекламної діяльності фірми і критерії оцінки її ефективності.
9. Маркетингова стратегія підприємства для внутрішнього ринку збуту.
10. Стратегія формування ринку послуг підприємства.
11. Стратегія сегментації ринку підприємства і практичні аспекти її застосування.
12. Стратегічні рішення підприємства щодо розширення попиту на його продукцію.
13. Конкурентна стратегія підприємства і оцінка її ефективності.
14. Дослідження умов вибору і формування стратегії підвищення конкурентоздатності продукції підприємства.
15. Аналіз стратегії лідера ринку і обґрунтування шляхів утримання ринкової позиції.
16. Стратегія інтенсифікації збуту для підприємства оптової (роздрібної) торгівлі.
17. Моделювання цінових рішень з урахуванням змін зовнішнього середовища маркетингу підприємства.
18. Стратегія стимулюючого маркетингу і умови, що визначають її застосування.
19. Аналіз і оцінка стратегії дистриб’юторської компанії.
20. Моделювання цінових рішень з урахуванням змін внутрішнього середовища підприємства.
21. Франчайзинг як сучасний інструмент в дослідженні стратегічних цілей підприємства.
22. Вибір та обґрунтування стратегії диверсифікації для підприємства-товаровиробника.
23. Стратегія управління брендом на споживчому (промисловому) ринку.
24. Стратегія розвитку комерційних зв’язків фірми (підприємства).
25. Система стратегічного маркетингу на підприємстві.
26. Стратегічне планування маркетингової діяльності підприємства (організації, установи).
27. Вибір та обґрунтування стратегічних напрямків розвитку підприємства (організації, установи).
28. Стратегічний маркетинг як інструмент формування маркетингової стратегії фірми.
29. Визначення конкурентного стану підприємства методом портфельного аналізу побудови матриці BCG.
30. Визначення конкурентного стану підприємства методом портфельного аналізу побудови матриці «General Electric».
31. Аналіз маркетингового середовища як основа розробки сприятливих напрямків розвитку підприємства (організації, установи).
32. Стратегічний маркетинг як інструмент забезпечення розвитку підприємства в умовах нестабільності зовнішнього середовища.
33. Стратегічне управління підприємством в умовах трансформації економіки України.
34. Системний підхід в стратегічному управлінні підприємством.
35. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства як головна мета стратегічного управління.
36. Використання концепції стратегічного планування на підприємствах України.
37. Організація стратегічного планування на підприємстві.
38. Розробка стратегії розвитку підприємства в умовах формування ринкових відносин.
39. Проблеми та особливості використання стратегічного інструментарію розробки стратегії підприємства.
40. Корпоративна стратегія: особливості та проблеми розробки.
41. SWОТ-аналіз як підстава визначення стратегічних альтернатив підприємства.
42. Діагностика внутрішнього середовища підприємства.
43. Аналіз макросередовища та безпосереднього оточення підприємства в системі стратегічного управління.
44. Оптимізація стратегічних рішень підприємства.
45. Механізм прийняття стратегічних рішень на підприємстві в умовах мінливого зовнішнього оточення.
46. Управління конкурентоспроможністю стратегічного потенціалу підприємства.
47. Діагностика потенціалу підприємства в системі стратегічного управління.
48. Стратегічні групи конкурентів та розробка конкурентної стратегії підприємства.
49. Конкурентний аналіз в системі стратегічного управління підприємством.
50. Стратегія розвитку підприємства в рамках зовнішньоекономічної діяльності.
51. Формування стратегії ресурсозбереження на підприємстві в умовах сталого розвитку.
52. Розробка стратегічних альтернатив діяльності підприємства, як основа управлінського рішення.

**Завідувач кафедри**

**менеджменту і маркетингу проф. Ткач О.В.**