**Теми курсових робіт з «Маркетингу**»

1. Маркетинговий менеджмент на підприємстві
2. Сучасні проблеми маркетингової діяльності на підприємстві
3. Аналіз та планування маркетингової діяльності підприємства
4. Особливості вибору цільового сегменту на ринку інноваційних товарів.
5. Стратегії оновлення продукції підприємств
6. Формування маркетингової товарної політики підприємства в сучасних економічних умовах
7. Особливості впливу різних видів маркетингу на ціноутворення
8. Оптимізація маркетингової цінової політики підприємства
9. Формування маркетингових комунікацій: нетрадиційні види.
10. Сутність та значення комплексу маркетингових комунікацій підприємств
11. Маркетингове забезпечення планування збуту продукції підприємства
12. Використання каналів розподілу у збутовій політиці підприємств
13. Маркетинг регіону як фактор інноваційного розвитку
14. Особливості споживчої поведінки українців в умовах кризи.
15. Сучасні інструменти цифрового маркетингу
16. Сучасні тенденції застосування інструментів digital-marketing у діяльності підприємства
17. Цифровий маркетинг як складова перспективного напряму розвитку індустрії 4.0
18. Соціально-етичний маркетинг як складова бренд-орієнтованого управління підприємством
19. Етичний маркетинг як концепція маркетингової діяльності
20. Використання сучасних концепцій та систем маркетингу в діяльності підприємства.
21. . Маркетингове мікросередовище та макросередовища фірми та його впливи на діяльність підприємства.
22. Маркетингові чинники споживчого вибору на конкретному ринку.
23. Основні етапи створення нового товару на підприємстві «Х»
24. Упаковка товару як інструмент маркетингу
25. Цілі та засоби комунікаційної політики на підприємстві «Х»
26. Комплекс просування товарів фірми «Х» 21.
27. Організація маркетингової діяльності фірми «Х»
28. Характеристика SMM-стратегій фірми «Х»
29. Використання прямого маркетингу в діяльності фірми «Х»
30. Особливості маркетингової діяльності на різних етапах життєвого циклу товарів.
31. Організація маркетингових досліджень ринку.
32. Цілі та засоби маркетингової товарної політики підприємства.
33. . Цілі та засоби маркетингової цінової політики підприємства.
34. Цілі та засоби маркетингової політики комунікацій підприємства.
35. . Дослідження конкурентоспроможності підприємства та його продукції.
36. Маркетингові стратегії: ситуації, коли необхідно змінити стратегію.
37. Використання сучасних концепцій маркетингу в діяльності підприємства.
38. Необхідність маркетингових досліджень, підвищення їх ролі в сучасних умовах.
39. Маркетингове дослідження як основа прийняття управлінських рішень.
40. Сутність і завдання комплексного дослідження ринку
41. Пробний маркетинг нового товару.
42. Товарна марка, товарний знак: значення та принципи впровадження.
43. Взаємодія життєвого циклу товару та реклами.
44. Формування іміджу компанії.
45. Вплив кон’юнктурних факторів на маркетингову діяльність підприємства
46. .Маркетингова діяльність на основі технологій Інтернет.
47. План маркетингу підприємства.
48. Організація маркетингової діяльності на підприємстві.
49. Етика маркетингової діяльності та глобальні виклики
50. Ініціативна тематика за пропозицією студента або викладача.