

## **Тематика курсових робіт з «Маркетингового ціноутворення»**

1. Система ціноутворення і політика цін в маркетингу.
2. Стратегії ціноутворення в маркетингу.
3. Маркетингове ціноутворення в різних галузях національної економіки (на прикладі ...).
4. Управління цінами на різних рівнях.
5. Види цін та особливості їх застосування (на прикладі ...).
6. Типи ринків та особливості маркетингової цінової політики.
7. Дослідження впливу різних факторів на маркетингову цінову політику підприємства (на прикладі...).
8. Роль товарних податків у маркетинговому ціноутворенні.
9. Методи ціноутворення та маркетингове корегування цін.
10. Маркетингове ціноутворення на основі витратних методів (на прикладі ...).
11. Маркетингове ціноутворення на основі методів з орієнтацією на суму покриття (на прикладі...).
12. Маркетингове ціноутворення на основі методів з орієнтацією на корисність (на прикладі...).
13. Маркетингове ціноутворення на основі методів з орієнтацією на попит (на прикладі...).
14. Маркетингове ціноутворення на основі методів з орієнтацією на конкуренцію (на прикладі...).
15. Маркетингове ціноутворення нових продуктів з урахуванням витрат, цінності продукту, попиту та конкуренції (на прикладі...).
16. Диференціація цін на основі ринкової сегментації.
17. Використання політики цінової дискримінації підприємствами різних галузей української економіки.
18. Маркетингове ціноутворення на базі цінових ліній.
19. Психологічні аспекти маркетингового ціноутворення.
20. Формування цінової задоволеності споживачів.

21. Ціновий імідж підприємства роздрібно́ї торгівлі.
22. Дослідження феномену товарів Гіффена (парадоксу Гіффена) на прикладі українського ринку споживчих товарів.
23. Міжнародні аспекти маркетингового ціноутворення.
24. Державне регулювання ціноутворення.
25. Особливості ціноутворення брендів.
26. Українська та міжнародна практика маркетингового ціноутворення.
27. Маркетингове ціноутворення в Інтернет-торгівлі.
28. Планування цінової політики підприємства (на прикладі...).
29. Підвищення конкурентоспроможності підприємства за рахунок маркетингового ціноутворення.
30. Цінова та нецінова конкуренція на прикладі українського споживчого ринку.
31. Цінові війни: причини та наслідки (на прикладі ...).
32. Економічні та маркетингові фактори ціноутворення.
33. Маркетингова політика цінових змін.
34. Маркетингові цінові стратегії та конкурентне позиціонування.
35. Маркетингове ціноутворення як засіб стимулювання збуту.
36. Удосконалення маркетингової цінової політики підприємства сфери послуг.
37. Удосконалення маркетингової цінової політики туристичної фірми.
38. Формування маркетингової цінової політики підприємства медичної галузі.
39. Орієнтація на ринок під час прийняття рішень про ціноутворення.
40. Особливості трансфертного ціноутворення.
41. Управління торговим персоналом у процесі персональних продажів.
42. Ефективність виставкової діяльності і способи її оцінювання.
43. Комунікативний інструментарій створення іміджу підприємства (товару).

44. Особливості здійснення стимулювання збуту на різних етапах життєвого циклу товару.
45. Процес участі підприємства у виставках та ярмарках.
46. Спонсорство як елемент комунікаційної політики підприємства.
47. Комплексна оцінка економічного середовища при виході на зарубіжні ринки.
48. Особливості поведінки споживачів на міжнародних ринках.
49. Організація дослідження конкурентів та стану конкуренції на зовнішньому ринку.
50. Особливості сегментування ринків у міжнародному маркетингу.
51. Управління конкурентоспроможністю товарів та послуг у міжнародному маркетингу.
52. Маркетингова комунікаційна політика підприємства, орієнтованого на зовнішній ринок.
53. Використання виставок та ярмарків у практиці міжнародного маркетингу.
54. Методи визначення цінності товару для споживача.
55. Особливості прогнозування попиту та ціноутворення на товари-новинки.
56. Встановлення та коригування базової ціни у маркетинговій ціновій політиці.
57. Види цінового стимулювання попиту споживачів.
58. Процес формування цінової стратегії підприємства.
59. Використання маркетингових стратегій ціноутворення у практичній діяльності.
60. Стратегії ціноутворення за географічним принципом.
61. Принципи ціноутворення на брендіві товари.
62. Суть ризику в ціноутворенні та причини його виникнення
63. Типові помилки при встановленні цін.

64. Пряме державне регулювання цін та його вплив на маркетингову діяльність
65. Еволюція підходів до ціноутворення у маркетинговій діяльності
66. Методи маркетингового ціноутворення
67. Сутність маркетингової цінової політики та її місце в управлінні маркетингом.
68. Проведення маркетингової політики цінової або нецінової конкуренції.
69. Вплив державної економічної політики на процес формування ціни в умовах підприємства.
70. Формування цілей ціноутворення залежно від характеру маркетингової діяльності.
71. Маркетингові цілі та цілі ціноутворення.
72. Гранично допустимі ціни та їх роль у формуванні маркетингової цінової політики підприємства.
73. Основні фактори, що впливають на процес ціноутворення в умовах ринку.
74. Особливості врахування попиту та його еластичності в процесі ціноутворення.
75. Економічні форми управління маркетинговим ціноутворенням.
76. Альтернативні методи визначення попиту та оцінювання витрат.
77. Особливості маркетингового підходу до ціноутворення.
78. Ціноутворення в системі маркетингу.
79. Методи непрямого маркетингового ціноутворення.
80. Методи прямого маркетингового ціноутворення.
81. Орієнтація стратегії маркетингової цінової політики на розширення експортних можливостей підприємства.
82. Особливості врахування маркетингового комплексу за умов формування цінової стратегії.
83. Внутрішні та зовнішні ціноутворюючі фактори маркетингу.

- 85.Цінові стратегії фірми в ринкових умовах.
- 86.Маркетингове ціноутворення в умовах конкуренції.
- 87.Механізм формування ціни та його вплив на ефективність діяльності підприємства.
- 88.Методи управління ціновими ризиками.
- 89.Державне регулювання процесів маркетингового ціноутворення в Україні
- 90.Ціна як компонентів брендингу.
- 91.Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу.
- 92.Маркетингове дослідження в процесі реалізації цінової політики.
- 93.Характеристика основних факторів маркетингового ціноутворення.
- 94.Особливості маркетингового ціноутворення на світовому ринку
- 95.Маркетингова цінова політика підприємств торгівлі.
- 96.Маркетингова цінова політика підприємств у сфері послуг.
- 97.Маркетингова цінова політика підприємств туристичної галузі.
- 98.Маркетингова цінова політика підприємств сільського господарства.
- 99.Маркетингова цінова політика підприємств промисловості.
100. Тема за пропозицією студента.