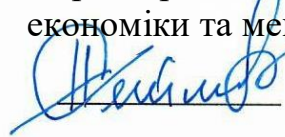


ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор Інституту
економіки та менеджменту

 Нестеренко С.С.

«05» вересня 2021 р.

Затверджено на засіданні
кафедри управління та адміністрування
Протокол № 1 від 27.08.2021 р.

ТЕМАТИКА КУРСОВИХ РОБІТ
з дисципліни «Маркетингові комунікації»
для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг

1. Комунікаційні процеси і маркетинговий комплекс підприємства.
2. Реклама в маркетингових комунікаціях.
3. Формування комунікацій за допомогою Інтернет-маркетингу.
4. Маркетингові комунікації в середовищі B2B.
5. Управління засобами стимулювання збуту.
6. Застосування форм прямого маркетингу.
7. Планування та організація рекламної кампанії в інклюзивному соціальному середовищі.
8. Комунікаційні моделі в системі управління підприємством, на якому працевлаштовані зокрема люди з інвалідністю.
9. Розвиток мерчандайзингу в роздрібній торгівлі.
10. Процес вибору носіїв реклами.
11. Розробка BTL-кампаній.
12. Стратегії маркетингових комунікацій.
13. Маркетингові комунікації у формуванні іміджу підприємства, на якому працевлаштовані зокрема люди з інвалідністю.
14. Організація виставок та ярмарок.
15. Творча концепція у сучасній рекламі.
16. Комунікації у системі управління маркетинговою діяльністю.
17. Розробка кампанії direct mail.
18. Стратегія і тактика реклами в інклюзивному суспільстві.
19. Internet-маркетинг та електронна комерція в контексті споживачів з інвалідністю.
20. Планування та організація персонального продажу.
21. Розробка рекламних текстів на принципах Універсального дизайну.
22. Інтегровані маркетингові комунікації у місці продажу.
23. Особливості використання CRM у маркетингових комунікаціях.
24. Планування засобів стимулювання збуту.
25. ПР у маркетингових комунікаціях.
26. Психологія реклами в інклюзивному соціальному середовищі.

27. Упаковка у маркетингових комунікаціях.
28. Маркетинг у соціальних мережах.
29. Комунікаційний аспект управління торговою маркою.
30. Розробка заходів ПР-кампанії для різноматної аудиторії.
31. Особливості оформлення торгових точок.
32. Організація реклами на місці продажу товарів.
33. Маркетингові комунікації у стратегії позиціонування фірми.
34. Особливості застосування засобів стимулювання збуту в Україні.
35. POS & POP-матеріали в системі маркетингових комунікацій.
36. Напрями застосування засобів стимулювання збуту споживачів із інвалідністю різних нозологій.
37. Планування та організація ПР-кампаній в умовах інклюзивного соціального середовища.
38. Особливості застосування різних носіїв реклами (за вибором здобувача освіти, не менше 3-х) для впливу на споживачів із інвалідністю.
39. Управління кампаніями прямого маркетингу.
40. Оцінка ефективності комунікаційних кампаній в інклюзивному соціальному середовищі.
41. Розробка інклюзивної стратегії інтегрованих маркетингових комунікацій.
42. Внутрішній ПР організації, яка працевлаштовує зокрема людей з інвалідністю.
43. Структура та дизайн упаковки товару на принципах Універсального дизайну.
44. Організація ефективних персональних продажів, зокрема споживачам із інвалідністю різних нозологій (за вибором здобувача освіти).
45. Управління інклюзивною комунікаційною політикою підприємства.
46. Перспективи розвитку маркетингового менеджменту інклюзивного середовища в рекламному бізнесі. – незрозуміла тема
47. Маркетингові комунікаційні технології в організації інклюзивного соціального середовища.

Завідувач кафедри
управління та адміністрування



Ростислав ДУБАС