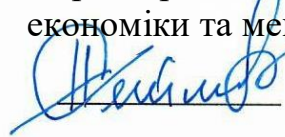


ЗАТВЕРДЖУЮ

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 «Маркетинг промислового підприємства»
для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг

1. Розвиток промислового маркетингу в Україні.
2. Обґрунтування маркетингової орієнтації промислового підприємства.
3. Аналіз маркетингового середовища промислового підприємства.
4. Організація маркетингового планування на промисловому підприємстві.
5. Розробка маркетингової стратегії підприємства на промисловому ринку.
6. Соціальні та економічні чинники інклюзивного розвитку маркетингу промислового підприємства.
7. Диверсифікаційні стратегії на промисловому ринку України.
8. Організація маркетингової діяльності промислового підприємства.
9. Аналіз організаційної структури служби маркетингу промислового підприємства, на якому працюють зокрема люди з інвалідністю.
10. Удосконалення взаємодії служби маркетингу з підрозділами підприємства на промисловому ринку.
11. Організація системи формування попиту та стимулювання збуту на промисловому підприємстві.
12. Організаційні форми й методи вивчення попиту споживачів на промисловий товар.
13. Оперативний облік поставок готової продукції та його роль у виконанні договірних зобов'язань
14. Сегментація ринку товарів виробничого призначення.
15. Позиціонування промислового товару в інклюзивному соціальному середовищі.
16. Дослідження впливу експортно-імпортних поставок на кон'юнктуру промислового ринку.
17. Бенчмаркінг у системі маркетингових досліджень на прикладі ...
18. Підвищення конкурентоздатності підприємства на промисловому ринку на основі маркетингового аналізу.
19. Дослідження впливу застосування принципів Універсального дизайну на підвищення конкурентоздатності підприємства на промисловому ринку

20. Конкуренція на сучасному ринку промислової продукції та її дослідження.
21. Маркетинговий аналіз та підвищення конкурентоспроможності товару/послуги підприємства на промисловому ринку, в тому числі за рахунок застосування принципів Універсального дизайну.
22. Удосконалення комплексу маркетингу виробничого або торговельного підприємства.
23. Аналіз та удосконалення товарної політики промислового підприємства.
24. Життєвий цикл товарів виробничого призначення та маркетингові стратегії на його стадіях.
25. Торгова (сервісна) марка та її значення на ринку товарів виробничого призначення.
26. Організація процесу розробки нового продукту на промисловому підприємстві.
27. Інноваційна діяльність промислового підприємства.
28. Значення сервісу в маркетинговій діяльності промислового підприємства.
29. Упаковка продукції виробничо-технічного призначення та її роль у просуванні продукції на промисловому ринку.
30. Особливості ціноутворення на промисловому ринку.
31. Нецінові методи конкурентної боротьби підприємства на ринку засобів виробництва.
32. Система знижок на товари промислового призначення та їх роль у стимулюванні продажів товарів промислового призначення.
33. Аналіз ринку збуту продукції підприємства на промисловому ринку.
34. Спільний збут у промисловому маркетингу на прикладі конкретного підприємства.
35. Управління збутовою діяльністю промислового підприємства та розподіл готової продукції.
36. Оптимізація товароруку на промисловому підприємстві в умовах інклюзивного соціального середовища.
37. Удосконалення маркетингових комунікацій у системі промислового маркетингу.
38. Організація рекламної діяльності промислового підприємства.
39. Розробка кампанії з короткострокового стимулювання продажу товарів виробничого призначення.
40. Місце торгів, ярмарок та виставок у реалізації комунікаційної політики промислового підприємства.
41. Виставкова діяльність у маркетинговій діяльності посередницької фірми.
42. Організація служби паблік рилейшнз на промисловому підприємстві.
43. Прямі продажі та їх роль у системі товароруку товарів промислового призначення.
44. Просування товарів промислового призначення на зовнішні ринки.
45. Етика в маркетингу товарів промислового призначення
46. Формування системи маркетингового контролю на виробничому підприємстві.

47. Маркетинговий аудит на промисловому підприємстві: цілі та основні проблеми.
48. Розробка маркетингового бюджету промислового підприємства.
49. Оцінка поточного стану бізнесу та перспектив його розвитку на ринку засобів виробництва.
50. Розрахунок ефективності маркетингової діяльності промислового підприємства.
51. Перспективи розвитку маркетингового менеджменту інклюзивного середовища в бізнесі.
52. Інноваційно-інвестиційні можливості забезпечення інклюзивного розвитку підприємницьких структур на засадах маркетингу.
53. Маркетингові стратегії інклюзивного середовища як інновація в умовах національної економіки.
54. Інклюзивний підхід як метод підвищення ефективності маркетингу на підприємстві.
55. Перспективи формування та підтримки інклюзії в маркетингорієнтованій компанії.

Завідувач кафедри
управління та адміністрування



Ростислав ДУБАС