

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ**  
Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва  
Кафедра маркетингу

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Проректор з навчальної роботи  
Явтушенко А.М. \_\_\_\_\_  
" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2019 року

**ПЕРЕЛІК**  
**ТЕМ КВАЛІФІКАЦІЙНИХ РОБІТ**  
**ПЕРШОГО (БАКАЛАВРСЬКОГО) РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Галузь знань      07 Управління та адміністрування  
Спеціальність    075 Маркетинг  
Освітній рівень   бакалавр  
з дисципліни    **«МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА БІЗНЕС-АНАЛІТИКА»**

**Київ – 2019**

№ теми	Назва теми	Керівник
1.	Аналіз інноваційного потенціалу торгових марок	Совершенна І.О.
2.	Аналіз потреб методом сегментації ринку.	Литвинова О.В.
3.	Аналіз привабливості певного ринку для підприємства.	Литвинова О.В.
4.	Аналіз фактичного і потенційного обсягу певного ринку або його сегментів.	Литвинова О.В.
5.	Аудит в системі стратегічного маркетингу.	Дарчук В.Г.
6.	Бенчмаркінг як інструмент стратегічного розвитку підприємства.	Литвинова О.В.
7.	Бізнес-план (маркетинг-план) створення інтернет-магазину з продажу певних товарів.	Євтушенко Н.О.
8.	Бюджет реалізації стратегії телекомунікаційного підприємства.	Євтушенко Н.О.
9.	Вдосконалення маркетингової та рекламної діяльності на підприємстві	Виноградова О.В.
10.	Визначення конкурентних переваг підприємства на ринку або в його сегментах.	Виноградова О.В.
11.	Вплив соціально-демографічних факторів на стратегію розвитку товару або торгової марки.	Виноградова О.В.
12.	Дослідження впливу маркетингового мікросередовища на формування стратегії підприємства.	Дарчук В.Г.
13.	Дослідження конкурентоспроможності послуг телекомунікаційного підприємства	Євтушенко Н.О.
14.	Дослідження продуктового портфеля підприємства на певному ринку.	Совершенна І.О.
15.	Дослідження ринку телекомунікацій	Виноградова О.В.
16.	Дослідження стратегій виходу на зарубіжні ринки.	Литвинова О.В.
17.	Дослідження цінової чуттєвості споживача в системі цінової стратегії.	Литвинова О.В.
18.	Забезпечення реалізації збутової стратегії підприємства.	Литвинова О.В.
19.	Загальний аналіз середовища та стратегічна невизначеність.	Дарчук В.Г.
20.	Засади формування організаційних структур маркетингової служби	Крижко О.В.
21.	Інновації в маркетингу на ринку ТК	Совершенна І.О.
22.	Інтеграція стратегічного маркетингу для системи корпоративного управління підприємства.	Євтушенко Н.О.
23.	Комплекс маркетингових комунікацій та його роль в системі управління підприємством	Крижко О.В.
24.	Комунікаційні стратегії в каналі збуту.	Крижко О.В.
25.	Комунікації і управління воронкою споживача в е-комерції (на прикладі).	Крижко О.В.
26.	Конкурентне позиціонування мережевого підприємства	Совершенна І.О.
27.	Конкурентоспроможність маркетингового потенціалу підприємства	Литвинова О.В.
28.	Конкурентоспроможність підприємства на корпоративному ринку	Євтушенко Н.О.

29.	Концепції стратегічного маркетингу та особливості їх впровадження на підприємстві	Євтушенко Н.О.
30.	Маркетинг відносин та місце в ньому програми лояльності	Євтушенко Н.О.
31.	Маркетинг екоорієнтованого підприємства	В.Г. Дарчук
32.	Маркетингова інформаційна система як основа для формування та впровадження стратегічного маркетингу.	Крижко О.В.
33.	Маркетингова політика комунікацій	Крижко О.В.
34.	Маркетингова стратегія підприємства на ринку телекомунікацій	Євтушенко Н.О.
35.	Маркетингове стратегічне планування: теоретичні та практичні аспекти.	Євтушенко Н.О.
36.	Маркетингове управління асортиментом	Литвинова О.В.
37.	Маркетингове ціноутворення на підприємстві та його удосконалення	Литвинова О.В.
38.	Маркетингові дослідження діяльності підприємства та розробка конкурентних переваг	Євтушенко Н.О.
39.	Маркетингові дослідження ефективності асортиментної політики фірми в ринкових умовах господарювання	Литвинова О.В.
40.	Маркетингові дослідження ефективності діяльності фірми на ринку	Дарчук В.Г.
41.	Маркетингові дослідження закупівельної діяльності	Дарчук В.Г.
42.	Маркетингові дослідження ринку телекомунікацій	Виноградова О.В.
43.	Маркетингові комунікації у системі управління діяльністю підприємства	Крижко О.В.
44.	Матричний аналіз положення підприємства на ринку або в його сегментах.	Дарчук В.Г.
45.	Механізми маркетингової логістики в управлінні закупівельно-збутовою діяльністю підприємства.	Дарчук В.Г.
46.	Модель оцінки ефективності комунікацій в електронній комерції.	Виноградова О.В.
47.	Організації і управління маркетинговою діяльністю на підприємстві	Дарчук В.Г.
48.	Організації та управління системою маркетингових комунікацій на підприємстві	Крижко О.В.
49.	Організація управління рекламою в телекомунікаційному підприємстві	Виноградова О.В.
50.	Організація комунікаційної політики підприємства в Інтернет	Крижко О.В.
51.	Організація та проведення маркетингових досліджень підприємством	Дарчук В.Г.
52.	Організація та удосконалення маркетингового стратегічного планування	Євтушенко Н.О.
53.	Оцінка ефективності створення та впровадження маркетингової інформаційної системи.	Крижко О.В.
54.	Оцінка рекламної діяльності фірми	Виноградова О.В.
55.	Портфельний аналіз бізнесу: теоретичні і практичні аспекти.	Дарчук В.Г.

56.	Рекламні стратегії в системі загальної маркетингової стратегії підприємства.	Виноградова О.В.
57.	Розвиток ринку Інтернет-торгівлі та його вплив на діяльність Інтернет-магазину	Совершенна І.О.
58.	Розвиток стратегічного потенціалу телекомунікаційного підприємства	Євтушенко Н.О.
59.	Розробка концепції та комплексу маркетингу інтернет-магазину.	Совершенна І.О.
60.	Розробка маркетингових комунікацій на основі технологій вірусного маркетингу (на прикладі )	Крижко О.В.
61.	Розробка плану комунікаційної кампанії інтернет-магазину в мережі Інтернет (на прикладі).	Крижко О.В.
62.	Розробка програми просування для інтернет-магазину.	Совершенна І.О.
63.	Розробка програми стимулювання збуту на підприємстві	Крижко О.В.
64.	Розробка стратегії інтернет-просування бренду.	Дарчук В.Г.
65.	Розробка фінансово-економічних заходів підвищення конкурентоспроможності компанії	Виноградова О.В.
66.	Розробка цінової стратегії.	Литвинова О.В.
67.	Соціально-економічна ефективність стратегії (за видами) маркетингу.	Виноградова О.В.
68.	Створення стратегії маркетингу телекомунікаційного підприємства	Совершенна І.О.
69.	Стратегії диференціювання в діяльності підприємства на товарному ринку.	Виноградова О.В.
70.	Стратегії інтерактивного маркетингу.	Виноградова О.В.
71.	Стратегії охоплення ринку: структура каналів та оцінка ефективності.	Литвинова О.В.
72.	Стратегічне сегментуванням постачальників: особливості та проблема	Дарчук В.Г.
73.	Стратегічний аналіз диверсифікованих компаній.	Євтушенко Н.О.
74.	Стратегічний аналіз конкурентів підприємства на певному ринку.	Євтушенко Н.О.
75.	Стратегічний аналіз конкурентоспроможності підприємства.	Євтушенко Н.О.
76.	Стратегічний аналіз споживачів певної продукції або торгової марки.	Литвинова О.В.
77.	Стратегічний потенціал підприємства: створення, підтримка, дослідження.	Євтушенко Н.О.
78.	Стратегічні прогнози ринкових можливостей підприємства.	Євтушенко Н.О.
79.	Стратегічні рішення щодо каналів збуту.	Дарчук В.Г.
80.	Стратегія бізнес-взаємодії підприємства на ринку послуг	Євтушенко Н.О.
81.	Стратегія брендингу: проблеми та перспективи використання.	Дарчук В.Г.
82.	Стратегія інновацій в маркетинговій діяльності підприємства.	Виноградова О.В.
83.	Стратегія розвитку певного телекомунікаційного підприємства.	Виноградова О.В.
84.	Стратегія створення сильної торгової марки.	Совершенна І.О.
85.	Стратегія створення унікальної товарної пропозиції торгової марки.	Совершенна І.О.

86.	Удосконалення маркетингової стратегії підприємства.	Крижко О.В.
87.	Управління рекламною діяльністю підприємства.	Крижко О.В.
88.	Формування системи інформаційного забезпечення маркетингової діяльності підприємств	Крижко О.В.
89.	Формування та впровадження рекламної стратегії телекомунікаційного підприємства	Виногорова О.В.
90.	Формування асортиментної політики підприємства на ринку ТК	Литвинова О.В.
91.	Формування базового товарного асортименту магазину	Совершенна І.О.
92.	Формування збутової політики на промисловому підприємстві	Дарчук В.Г.
93.	Формування і розвиток ринку телекомунікаційних послуг	Виногорова О.В.
94.	Формування місії підприємства як основа розробки стратегії.	Євтушенко Н.О.
95.	Формування системи товарних стратегій в діяльності підприємства.	Литвинова О.В.
96.	Формування стратегії взаємовідносин зі споживачами.	Дарчук В.Г.
97.	Формування та удосконалення комунікаційної політики підприємства	Крижко О.В.
98.	Формування товарного асортименту на підприємстві	Литвинова О.В.
99.	Формування товарної політики підприємства	Литвинова О.В.
100.	Формування цінової політики підприємства	Литвинова О.В.

Завідувач кафедри д.е.н, професор Виногорова О.В

" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2019 року

ПОГОДЖЕНО

Директор Навчально-наукового інституту  
менеджменту та підприємництва  
к.т.н., Федюнін С.А.

" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2019 року