**СТАТИСТИЧНА ДОВІДКА.**

на Всеукраїнський конкурс студентських дипломних робіт зі спеціальності «Маркетинг» за освітньо-кваліфікаційним рівнем «Магістр» надійшло 126 робіт з 34 закладі вищої освіти.

2019/2020 навчальний рік

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | | Найменування закладу  вищої освіти | | Назва дипломних робіт | |
| 1. | | 2. | | 3. | |
| 1. | | Національний університет водного господарства та природокористування | | Удосконалення маркетингу послуг у сфері роздрібного банкінгу | |
| 2. | | Регіональне дослідження ринку ресторанів швидкого харчування та обґрунтування вибору ринкової ніші | |
| 3. | | Маркетингові дослідження конкурентного середовища ринку легкових автомобілів | |
| 4. | | Харківський державний університет харчування та торгівлі | | Формування та просування бренду закладу вищої освіти | |
| 5. | | Маркетингові інструменти виведення на ринок продуктів  із доведено біологічною дією для харчування молоді | |
| 6. | | Удосконалення асортиментної політики кондитерської фабрики «АВК» | |
| 7. | | Львівський торговельно-економічний університет | | Формування маркетингових складових діяльності виробничо-торговельного підприємства | |
| 8. | | Обґрунтування елементів комплексу маркетингу  готельного підприємства | |
| 9. | | Вплив елементів маркетингу на підвищення конкурентоспроможності продукції | |
| 10. | Сумський державний університет | | Маркетинг міжнародних програм студентської мобільності | |
| 11. | Удосконалення маркетингової комунікаційної політики торговельного підприємства | |
| 12. | Пошукова оптимізація в комунікаційних маркетингових системах | |
| 13. | Одеський національний політехнічний університет | | Формування стратегії в системі Інтернет-маркетингу | |
| 14. | CRM-система підприємства як інструмент омнікального впливу на споживачів на ринку непродовольчих товарів | |
| 15. | Розробка системи стратегічного планування маркетингової діяльності підприємства | |
| 16. | Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету | | Організація рекламної діяльності підприємства в мережі Інтернет | |
| 17. | Маркетингове управління товарним асортиментом підприємства | |
| 18. | Розробка механізму оцінки маркетингових стратегій розвитку підприємства | |
| 19. | Маркетингове дослідження у формуванні стратегії розвитку підприємств сфери послуг | |
| 20. | Управління логістичною системою як основа стратегічного розвитку підприємства | |
| 21. | Використання Інтернет-технологій в маркетинговій діяльності підприємства | |
| 22. | Харківський національний економічний університет  ім. Семена Кузнеця | | Формування маркетингу взаємовідносин зі споживачами підприємства сфери послуг | |
| 23. | Удосконалення маркетингової політики промислового підприємства | |
| 24. | Обґрунтування маркетингової стратегії підприємства | |
| 25. | Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» | | Розробка рекламної кампанії для продукції підприємства | |
| 26. | Удосконалення маркетингової стратегії підприємства | |
| 27. | Удосконалення асортиментної політики підприємства харчової промисловості | |
| 28. | Луцький національний технічний університет | | Управління маркетинговою активністю сільськогосподарських підприємств  (на матеріалах СТзОВ «Романів») | |
| 29. | Формування та реалізація комплексу маркетингу підприємства (на матеріалах ТзОВ «Агротехніка») | |
| 30. | Управління маркетинговими можливостями підприємства (на матеріалах ТзОВ «Агротехніка») | |
| 31. | Національний університет «Львівська політехніка» | | Дослідження ринку легкових автомобілів України та вдосконалення комунікаційної політики на ньому  ( ТОВ «Авто Лідер Захід») | |
| 32. | Дослідження ринку кондитерських виробів України та удосконалення системи Інтернет-комунікацій на ньому ПрАТ «Концерн Хлібпром» | |
| 33. | Дослідження ринку одягу України та обґрунтування напрямів удосконалення маркетингової діяльності  ТОВ «Авіація Галичина» | |
| 34. | Харківський торговельно-економічний університет Київського національного торговельно-економічного університету | | Комунікативна політика організації в мережі Інтернет | |
| 35. | Напрями розвитку digital маркетингу в організації | |
| 36. | Формування брендингової політики підприємства | |
| 37. | Дніпровський державний  агро-економічний університет | | Впровадження концепції екологічного маркетингу в господарську діяльність аграрного підприємства | |
| 38. | Удосконалення маркетингової комунікаційної політики підприємства | |
| 39. | Маркетингове забезпечення організації збутової діяльності на підприємстві | |
| 40. | Розробка і реалізація рекламних стратегій в умовах  розвитку підприємництва | |
| 41. | Розробка маркетингової стратегії диверсифікації для підвищення адаптаційних можливостей підприємства | |
| 42. | Підвищення ефективності комплексу маркетингу підприємства | |
| 43. | Формування та оптимізація маркетингових витрат сільськогосподарського підприємства | |
| 44. | Організація маркетингової діяльності у сфері рекламного бізнес | |
| 45. | Формування маркетингової політики розподілу продукції підприємства | |
| 46. | Вінницький кооперативний інститут | | Формування системи маркетинг-менеджменту промислового підприємства | |
| 47. | Формування системи комерційної логістики підприємства | |
| 48. | Стратегічне партнерство в торговельному бізнесі | |
| 49. | Київський національний економічний університет  ім. Вадима Гетьмана | | Управлінння маркетинговими комунікаціями  підприємства в мережі Інтернет | |
| 50. | Управління маркетинговою діяльністю підприємства в умовах інтернет | |
| 51. | Маркетингова політика комунікацій підприємства та шляхи її вдосконалення | |
| 52. | Управління глобальним брендом на локальних ринках | |
| 53. | Інтернет-маркетинг в системі маркетингових комунікацій підприємства | |
| 54. | Маркетингові дослідження в каналах продажу продукції підприємства | |
| 55. | Маркетингові комунікації в просуванні послуг підприємства | |
| 56. | Київський національний університет технології та дизайну (м. Київ) | | Шляхи вдосконалення маркетингової діяльності | |
| 57. | Вдосконалення комплексу маркетингових комунікацій у цифровому середовищі | |
| 58. | Маркетингова стратегія розвитку підприємства | |
| 59. | Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро) | | Маркетингова стратегія підприємства на ринку послуг | |
| 60. | Рекламна кампанія підприємства на ринку послуг | |
| 61. | Маркетингова діяльність будівельних організацій | |
| 62. | Дніпровський національний університет ім. Олеся Гончара | | Формування політики маркетингових комунікацій шоколадної фабрики Millenium | |
| 63. | Формування комплексу заходів Public Relations на підприємстві громадського харчування | |
| 64. | Формування стратегії сільскогосподарського підприємства | |
| 65 | Управління асортиментом товарів франчайзі | |
| 66. | Впровадження Інтернет-технологій в управлінні брендом | |
| 67. | Херсонський національний технічний університет | | Реалізація концепції клієнтоорієнтованого маркетингу на підприємствах сфери гостинності (на матеріалах  ТОВ «Рейкарц Хотел Менеджмент») | |
| 68. | Соціальна орієнтація маркетингового управління виробничим підприємством (на матеріалах  ПАТ «Каланчакський маслозавод») | |
| 69. | Удосконалення маркетингової діяльності торговельного підприємства (на матеріалах МПП «Ріко») | |
| 70. | Херсонський державний аграрний університет | | Розробка регіональної стратегії управління лояльністю споживача на прикладі торгової марки «Ювілейний» | |
| 71. | Формування маркетингової стратегії розвитку підприємства | |
| 71. | Управління збутовою діяльністю підприємств | |
| 73. | Національний університет біоресурсів і природокористування України | | Організація комунікативної політики підприємства | |
| 74. | Розробка маркетингової стратегії комунікацій нового продукту | |
| 75. | Підвищення конкурентоспроможності товару на основі ефективної комунікативної політики | |
| 76. | Рівненський державний гуманітарний університет | | Удосконалення управління асортиментною політикою підприємства | |
| 77. | Удосконалення управління товарною політикою підприємства | |
| 78. | Удосконалення управління збутовою діяльністю підприємства (на прикладі ДП «Рокитнівське лісове господарство») | |
| 79. | Маріупольський державний університет | | Маркетингова збутова політика та шляхи її удосконалення | |
| 80. | Формування фірмового стилю та впровадження інструментів брендингу в маркетингову діяльність підприємства | |
| 81. | Розробка і удосконалення комплексу маркетингу підприємства | |
| 82. | Донецький національний університет ім. В. Стуса | | Оцінка й підвищення ефективності застосування  маркетингу на підприємстві | |
| 83. | PR як технологія ефективного управління фірмою | |
| 84. |  | | Формування маркетингової стратегії розвитку рекламного агентства | |
| 85. | Чернівецький національний університет ім. Ю. Федьковича | | Маркетингові конкурентні стратегії на ринку метало пластикових конструкцій | |
| 86. | Територіальний маркетинг | |
| 87. | Маркетинг санаторно-курортних закладів | |
| 88. | Маркетингова діяльність у сфері індустрії гостинності | |
| 89. | Черкаський державний технологічний університет | | Розробка нової маркетингової стратегії | |
| 90. | Управління рекламною діяльністю підприємства | |
| 91. | Маркетингові стратегії позиціювання торгової марки | |
| 92. | Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу | | Розробка SMM-стратегії для підприємства | |
| 93 | Розробка комунікаційної стратегії банку | |
| 94. | Розробка маркетингової стратегії підприємства в digital-середовищі | |
| 95. | Тернопільський національний економічний університет | | Електронна комерція як новітня форма міжнародної торгівлі | |
| 96. | Розробка клієнтоорієнтованості підприємства на міжнародних ринках | |
| 97. | Розвиток клієнтоорієнтованості підприємства на зарубіжних ринках | |
| 98. | Національний авіаційний університет | | Формування конкурентоспроможності підприємства на засадах маркетингу на прикладі ДП «Ружин-молоко» | |
| 99. | Рекомендації з удосконалення маркетингової стратегії підприємства (на прикладі ТОВ «Альбатрос») | |
| 100. | Управління конкурентоспроможністю ДПМА «Бориспіль» на ринку авіаційних послуг | |
| 101. | Розвиток функціональної маркетингової стратегії підприємства на прикладі ТОВ «ІНФОКУС» | |
| 102. | Національний аерокосмічний університет  ім. М.Є. Жуковського  «Харківський авіаційний інститут» | | Підвищення ефективності функціонування підприємства на основі впровадження клієнтоорієнтованих технологій управління на прикладі ТОВ ПФ «Винола+» | |
| 103.. | Вдосконалення маркетингової діяльності малого підприємства (на прикладі студії дизайну інтер’єру «WEGROUP DESIGN» | |
| 104. | Формування купівельної поведінки споживачів на ринку ювелірної продукції (на прикладі ПАТ «Київського ювелірного заводу №2) | |
| 105. | Формування іміджу підприємства з використанням інтернет-технологій | |
| 106. | Формування маркетингової стратегії на підприємствах поліграфічної галузі (на прикладі поліграфічного підприємства «Beta», м. Харків | |
| 107. | Удосконалення маркетингової політики комунікацій  ПАТ «Хладопром» (м. Харків) | |
| 108. | Криворізький економічний інститут ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана» | | Управління партнерськими мережами підприємства в конкурентному середовищі | |
| 109. | Розробка стратегії підвищення результативності маркетингової діяльності підприємства | |
| 110. | Управління маркетинговими каналами підприємства | |
| 111. | Університет  ім. Альфреда Нобеля | | Розробка маркетингової стратегії виведення на ринок  нового товару | |
| 112. | Брендинг як ефективна технологія завоювання та  утримання покупця | |
| 113. | Просування послуг поліграфічного підприємства  в мережі Інтернет | |
| 114. | Чернігівський національний технологічний університет | | Стратегічне управління маркетинговою діяльністю на підприємстві | |
| 115. | Маркетингова діяльність в системі управління підприємством | |
| 116. | Особливості формування конкурентних переваг для забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємства | |
| 117. | Кременчуцький національний університет  ім. М. Остроградського | | Сучасні методи просування послуг в умовах глобалізації ринку | |
| 118. | Вплив зовнішнього середовища на формування комплексу маркетингу підприємства | |
| 119. | Розвиток товарної стратегії | |
| 120. | Хмельницький національний університет | | Удосконалення маркетингової діяльності підприємства  за матеріалами ТОВ «ЛеоТрейд»,  м..Калуш, Івано-Франківська обл. | |
| 121. | Формування комунікативної стратегії організації за матеріалами рекламного агентства «Пропозиція»,  м. Житомир | |
| 122. | Формування стратегії розвитку підприємства | |
| 123. | Ефективне управління маркетинговою діяльністю підприємства на ринку меблів за матеріалами  ТОВ «Ювента», м. Славута | |
| 124. | Формування клієнто-орієнтованого підходу управління підприємством за матеріалами  ТОВ «Софтбістро Юкрейн», м. Хмельницький | |
| 125. | |  | | Реінжиніринг бізнес-процесів підприємств оптової торгівлі за матеріалами ТОВ «Гермес», м. Хмельницький | |
| 126. | | Формування системи управління комерційною діяльністю торговельного підприємства за матеріалами  ТОВ «Модерн-Трейд», м. Одеса | |