**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 університетім. 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 комунікаційПАТ «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 |