|  |  |
| --- | --- |
| Учреждение образования  «Белорусский торгово-  экономический университет  потребительской кооперации» | УТВЕРЖДАЮ  Заведующий кафедрой  маркетинга  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Т.Н.Байбардина  \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2023 |
| Кафедра маркетинга |  |
| ТЕМАТИКА |  |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ №\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  |
| г.Гомель  курсовых работ по учебной дисциплине  “Управление маркетингом” для студентов  специальности «Маркетинг» |  |

1. Управление маркетинговой деятельностью организации на внешних рынках.
2. Анализ маркетинговых возможностей организации.
3. Управление информационным обеспечением организации.
4. Повышение качества продукции и конкурентоспособности организации
5. Исследование конкурентоспособности организации на рынке.
6. Исследование внутриорганизационной среды маркетинга и корпоративной структуры.
7. Стратегии и проблемы разработки нового товара в организации.
8. Формирование лояльности потребителей организации в современных условиях.
9. Исследование удовлетворенности потребителей организации.
10. Управление каналами распределения организации.
11. Маркетинговые аспекты управления сбытом организации.
12. Стратегии выбора средств коммуникации организации.
13. Управление маркетинговыми коммуникациями на уровне организации.
14. Формирование имиджа организации в современных условиях.
15. Перспективы стратегического управления организацией.
16. Стратегическое и оперативное управление маркетинга организации.
17. Управление ресурсами организации на основе стратегий маркетинга.
18. Управление маркетингом в оптовой торговле.
19. Управление маркетингом в розничной торговле.
20. Организация деятельности службы маркетинга в организации.
21. Оценка контроля в управлении маркетингом
22. Стратегическое планирование в организации.
23. Совершенствование механизма управления маркетинговой деятельностью организации.
24. Анализ подходов к оценке эффективности маркетинговых мероприятий.
25. Управление маркетингом на корпоративном уровне: стратегии маркетинга организации.
26. Управление товарной политикой организации.
27. Управление маркетингом на функциональном уровне: позиционирование на рынке.
28. Управление маркетингом на инструментальном уровне: управление ценой.
29. Управление маркетингом на инструментальном уровне: управление сбытом.
30. Управление маркетингом на инструментальном уровне: управление коммуникационной политикой.
31. Формирование современного подхода к управлению маркетингом организации.
32. Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями.
33. Управление маркетинговой деятельностью в организации.
34. Управление конкурентными преимуществами организации.
35. Система маркетинга в управлении организацией.
36. Оценка производственно-сбытовых возможностей организации в маркетинговой деятельности.
37. Разработка рыночной стратегии организации.
38. Разработка программы маркетинга организации.
39. Разработка и управление сбытовой политикой организации.
40. Разработка и управление политикой товародвижения в маркетинговой деятельности организации.
41. Планирование рекламной кампании организации и оценка ее эффективности.
42. Управление рекламной деятельностью организации.
43. Управление качеством товаров организации.
44. Особенности маркетинговой деятельности организации на рынке РБ.
45. Ценовые стратегии в маркетинговой деятельности организации.
46. Анализ возможностей организации при выборе целевого рынка.
47. Анализ конкурентоспособности товара при выборе целевого рынка.
48. Оценка эффективности мероприятий по стимулированию сбыта товара организации.
49. Управление маркетингом услуг.
50. Маркетинговые исследования как основа принятия управленческих решений организации.
51. Оценка эффективности маркетинговой деятельности организации.
52. Оценка маркетинговой среды функционирования организации.
53. Брендинг как современное современное направление маркетинговой деятельности организации.
54. Управление ценами и маркетинговой деятельности организации.
55. Управление каналами сбыта в организации.
56. Формирование и развитие службы маркетинга в организации.
57. Управление стратегическим маркетингом в организации.
58. Стратегическое маркетинговое планирование в деятельности организации.
59. Стратегический маркетинговый контроль в организации.
60. Разработка стратегического маркетингового плана организации.
61. Стратегический маркетинговый анализ в деятельности организации.
62. Аудит микросреды маркетинга организации.
63. Стратегия интегрированных маркетинговых коммуникаций в деятельности организации.
64. Управление маркетингом в некоммерческих организациях.
65. Тенденции и перспективы применения интернет-маркетинга.
66. Диагностика маркетингово-сбытовой деятельности организации.
67. Использование маркетинговых подходов в деятельности торговой организации.
68. Управление конкурентными преимуществами организации.
69. Управление организационной структурой маркетинга в организации.

Протокол заседания кафедры

маркетинга

от 31.08.2023 № 1

Начальник отдела сбыта

КСУП «Тепличное» Н.Е.Романова