

Тематика курсовых работ по дисциплине «Теория маркетинга»

Тема	Индивидуальное занятие
1 Исследование маркетинговой среды организации	1 Исследовать маркетинговую среду на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
2 Маркетинговые исследования конкурентной среды организации	2 Проанализировать маркетинговые средства исследования конкуренции на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
3 Роль маркетинга в содержании бизнес-плана и в его разработке	3 Разработать раздел «Маркетинг» бизнес-плана на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
4 Методы проведения маркетинговых исследований	4 Провести (на выбор) маркетинговое исследование на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
5 Разработка товарной марки и фирменного стиля организации	5 Разработать товарную марку и фирменный стиль предприятия на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
6 Основные критерии и стратегии сегментации	6 Исследовать основные критерии и стратегии сегментации на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
7 Разработка стратегии маркетинга организации	7 Разработать стратегию маркетинга на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
8 Разработка плана маркетинга предприятия, реализующего концепцию социально-этичного маркетинга	8 Разработать план маркетинга на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь, реализующего концепцию социально-этичного маркетинга
9 Анализ рыночных возможностей предприятия	9 Проанализировать рыночные возможности предприятия на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
10 Исследование показателей конкурентоспособности товара	10 Исследовать показатели конкурентоспособности товара на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
11 Управление жизненным циклом продукта средствами маркетинга	11 Проанализировать жизненный цикл продукта на примере конкретного

	производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
12 Товарная политика предприятия: основные инструменты	12 Исследовать товарную политику предприятия на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
13 Роль маркетинга в планировании нового продукта	13 Проанализировать роль маркетинга в планировании нового продукта на примере конкретного производственного или торгового предприятия
14 Основные функции упаковки и ее роль в рыночном успехе товара	14 Исследовать основные функции упаковки и ее роль в рыночном успехе товара на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
15 Понятие, особенности и структура потребительского рынка, его влияние на маркетинговую стратегию организации	15 Проанализировать (на выбор) потребительский рынок Республики Беларусь
16 Разработка системы ценообразования для товаров (услуг) организации	16 Проанализировать систему ценообразования для товаров (услуг) на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
17 Сущность и способы позиционирования товара на рынке	17 Произвести позиционирование товара на рынке на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
18 Понятие, особенности и разработка комплекса маркетинга для промышленного предприятия	18 Разработать комплекс маркетинга для промышленного предприятия Республики Беларусь (по выбору).
19 Выбор способа товародвижения в маркетинге	19 Исследовать способ товародвижения на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
20 Создание системы распределения товаров (услуг) организации	20 Проанализировать систему распределения товаров (услуг) на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
21 Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций организации	21 Разработать комплекс маркетинговых коммуникаций на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
22 Анализ и совершенствование коммуникационной политики организации	22 Проанализировать каналы воздействия на потребителя в процессе коммуникационной деятельности на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
23 Исследование рекламной деятельности организации и разработка мероприятий по ее совершенствованию	23 Разработать рекламную кампанию для товара (услуги) на примере конкретного

	производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
24 Стимулирование сбыта как важное средство успешного продвижения продукции на рынок	24 Разработать мероприятия по стимулированию сбыта на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
25 Прямой маркетинг, его особенности и методы	25 Проанализировать возможность использования прямого маркетинга на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
26 «Паблик рилейшнз» в системе маркетинговых коммуникаций	26 Проанализировать возможность использования методов «Паблик рилейшнз» на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
27 Основное содержание и проблемы маркетинговой деятельности в сфере услуг	27 Проанализировать особенности маркетинговой деятельности в сфере услуг (на примере банков, страховых компаний, торговых предприятий; предприятий бытового обслуживания в Республике Беларусь – по выбору)
28 Некоммерческий маркетинг : направления использования	28 Исследовать возможность использования некоммерческого маркетинга в Республике Беларусь
29 Разработка маркетингового комплекса для международного бизнеса	29 Разработать маркетинговый комплекс для международного бизнеса на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
30 Маркетинговые особенности выхода организации на внешний рынок	30 Проанализировать маркетинговые проблемы выхода белорусских предприятий на внешний рынок
31 Особенности и виды международных маркетинговых исследований	31 Проанализировать систему международных маркетинговых исследований на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
32 Экспортная политика предприятия и ее маркетинговое обеспечение	32 Исследовать экспортную политику предприятия на примере конкретного производственного или торгового предприятия РБ
33 Разработка системы управления маркетинговой деятельностью организации	33 Разработать систему управления маркетинговой деятельностью на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
34 Разработка маркетинговой информационной системы организации	34 Разработать (проанализировать) маркетинговую информационную систему на примере конкретного

	производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
35 Создание системы маркетингового аудита и контроля на предприятии	35 Проанализировать систему маркетингового аудита и контроля на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
36 Исследование внутриорганизационной среды маркетинга и корпоративной культуры	36 Исследовать внутриорганизационную среду маркетинга и корпоративную культуру на примере конкретного производственного или торгового предприятия РБ
37 Социальные последствия «недобросовестного» маркетинга и пути их преодоления	37 Проанализировать социальные последствия «недобросовестного» маркетинга и пути их преодоления в Республике Беларусь
38 Маркетинговые аспекты управления сбытом организации	38 Проанализировать маркетинговые аспекты управления сбытом на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
39 Использование интернет-технологий в маркетинге организации	39 Исследовать использование интернет-технологий в маркетинге на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
40 Исследование современных методов маркетинга	40 Проанализировать возможность использования современных методов маркетинга на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
41 Разработка стратегии маркетинга на предприятии	41 Разработать стратегию маркетинга на предприятии на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
42 Разработка и управление брендом	42 Исследовать разработку и управление брендом на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
43 Организация службы маркетинга на предприятии: критерии выбора структуры	43 Проанализировать службу маркетинга на предприятии на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
44 Использование инновационных маркетинговых технологий в целях повышения инвестиционной привлекательности региона	44 Проанализировать использование инновационных маркетинговых технологий на примере конкретного предприятия Республики Беларусь
45 Исследование возможностей повышения эффективности маркетинговой деятельности организации, работающей на рынке B2B	45 Провести анализ маркетинга на примере конкретного предприятия Республики Беларусь, работающего на рынке B2B

46 Развитие сайта организации как элемента продвижения продукции на промышленном рынке	46 Провести анализ официального сайта организации на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
47 Формирование и развитие выставочно-ярмарочной деятельности организации в современных условиях	47 Разработать маркетинговую стратегию выставочно-ярмарочной деятельности на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
48 Оценка уровня конкурентоспособности организации и разработка мероприятий по достижению ее конкурентных преимуществ на рынке	48 Дать оценку конкурентоспособности организации на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь
49 Анализ и совершенствование товарного ассортимента организации	49 Провести анализ товарного ассортимента на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь, используя количественные и матричные методы анализа
50 Оценка поставщиков и клиентов организации и направления совершенствования работы с ними	50 Проанализировать поставщиков и клиентов организации на примере конкретного производственного или торгового предприятия Республики Беларусь