

**ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«ТЕОРИЯ МАРКЕТИНГА»
для специальности «Маркетинг»**

1. Маркетинг как концепция рыночного управления организацией
2. Технология реализации концепции маркетинга в организации
3. Формирование комплекса маркетинга организации
4. Концепция социально-этического маркетинга и ее использование в деятельности организации
5. Инновационные технологии в маркетинговой деятельности организации
6. Интернет-маркетинг в деятельности организации
7. Информационное обеспечение маркетинга организации
8. Маркетинговая информационная система организации
9. Формы проведения маркетинговых исследований в организации
10. Методы сбора первичной маркетинговой информации
11. Экспертные методы в маркетинговых исследованиях
12. Панельные методы маркетинговых исследований
13. Метод фокус-группы в маркетинговых исследованиях
14. Интернет-технологии в маркетинговых исследованиях организации
15. Маркетингового исследования рынка
16. Оценка и прогнозирование конъюнктуры рынка
17. Сегментация рынка в маркетинговой деятельности организации
18. Сегментации рынка потребительских товаров
19. Сегментации рынка товаров производственного назначения
20. Позиционирования товара (торговой марки, организации) на рынке
21. Моделирование поведения покупателей на потребительском рынке
22. Факторы, оказывающие влияние на поведение покупателей
23. Мотивы поведения потребителей
24. Моделирование процесса принятия решения о покупке
25. Моделирование поведения покупателей на промышленных рынках
26. Товарная политика организации и механизм ее формирования
27. Оценка конкурентоспособности товаров организации
28. Концепция жизненного цикла товара и ее использование в маркетинговой деятельности организации
29. Сервис в товарной политике организации
30. Управление товарным ассортиментом
31. Маркетинг инноваций в повышении конкурентоспособности организации
32. Разработка и внедрение на рынок новых товаров
33. Упаковка в товарной политике организации
34. Маркировка в товарной политике организации
35. Брендинг как современное направление маркетинговой деятельности организации
36. Ценовая политика организации и механизм ее формирования
37. Управление ценами в маркетинговой деятельности организации
38. Сбытовая политика организации и механизм ее формирования

- 39.Формирование каналов и методов сбыта товаров организации
- 40.Маркетинговая деятельность в оптовой торговле
- 41.Маркетинговая деятельность в розничной торговле
- 42.Мерчендайзинг и его использование в розничной торговле
- 43.Электронная торговля в маркетинговой деятельности организации
- 44.Логистика и управление товародвижением в организации
- 45.Управление каналами сбыта в организации
- 46.Комплекс маркетинговых коммуникаций как средство продвижения товаров организации на рынок
- 47.Фирменный стиль организации
- 48.Коммуникационная политика организации и механизм ее формирования
- 49.Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций организации
- 50.Рекламные кампании в маркетинговой деятельности организации
- 51.Связи с общественностью как инструмент комплекса маркетинговых коммуникаций организации
- 52.Стимулирование сбыта как инструмент комплекса маркетинговых коммуникаций организации
- 53.Личные продажи как инструмент комплекса маркетинговых коммуникаций организации
- 54.Выставки и ярмарки в маркетинговой деятельности организации
- 55.Инновационные технологии маркетинговых коммуникаций на 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.Формирование маркетингового бюджета организации
- 62.Стратегический маркетинговый анализ в деятельности организации
- 63.Внешний маркетинговый аудит в деятельности организации
- 64.Аудит микросреды маркетинга организации
- 65.Анализ конкурентной среды организации
- 66.Бенчмаркинг и его использование в маркетинговой деятельности организации
- 67.Определения стратегических маркетинговых возможностей организации
- 68.Базовые маркетинговые стратегии роста организации
- 69.Конкурентные маркетинговые стратегии организации
- 70.Анализ бизнес-портфеля организации
- 71.Стратегическая сегментация рынка в маркетинговой деятельности организации
- 72.Выбор целевого рынка организации
- 73.Маркетинговые стратегии освоения целевого рынка организации
- 74.Концепция позиционирования в стратегическом маркетинге организации
- 75.Стратегические решения в товарной политике организации
- 76.Марочные стратегии в товарной политике организации
- 77.Стратегические решения в ценовой политике организации

78. Стратегические решения в сбытовой политике организации
79. Стратегические решения в коммуникационной политике организации
80. Стратегия интегрированных маркетинговых коммуникаций в деятельности организации
81. Концепция маркетинга взаимоотношений в организации
82. Концепция внутреннего маркетинга в организации
83. Развитие международной маркетинговой деятельности организации
84. Информационное обеспечение международного маркетинга
85. Маркетинговые исследования внешних рынков
86. Международные маркетинговые исследования в организации
87. Сегментация внешнего рынка в международном маркетинге организации
88. Определение целевого внешнего рынка организации
89. Позиционирование товара, организации и страны происхождения товара на внешних рынках
90. Маркетинговые стратегии освоения целевого внешнего рынка
91. Товарная политика организации на внешних рынках
92. Управление торговой маркой в международном маркетинге
93. Сервис в товарной политике организации на внешних рынках
94. Обеспечение качества и конкурентоспособности экспортных товаров
95. Ценовая политика организации на внешнем рынке
96. Сбытовая политика организации на внешних рынках
97. Логистика в маркетинговой деятельности организации на внешнем рынке
98. Коммуникационная политика организации на внешних рынках
99. Выставки и ярмарки в международном маркетинге организации
100. Организация маркетинговой деятельности в отраслях и сферах деятельности (промышленность, торговля, гостиничный бизнес, ресторанный бизнес, туризм, банковская и финансовая деятельность, транспорт и т.д.)