

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ЧОУ ВО «ИМТП»

Ф.Ю. Гаврюшин
«31» 08 2017 года



**СПИСОК
тем курсовых работе по дисциплине «Маркетинг»
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
на 2017/2018 учебный год**

1. Система маркетинга в управлении фирмой.
2. Маркетинг промышленных товаров (*на примере товара потребительского или производственного назначения*).
3. Маркетинг товаров новейшей технологии.
4. Роль НИОКР в создании нового товара.
5. Создание нового товара и маркетинговая деятельность.
6. Жизненный цикл товара и маркетинговая деятельность.
7. Международная конкурентоспособность товара и маркетинг.
8. Комплексное исследование рынка как исходная функция системы маркетинга (*на примере конкретного рынка*).
9. Информационное обеспечение комплексного исследования рынка (*на примере конкретного рынка*).
10. Методы выявления первичных источников информации.
11. Мотивационный анализ поведения покупателей.
12. Сегментация рынка.
13. Конкурентная борьба и основные методы изучения фирм-конкурентов.
14. Оценка производственно-сбытовых возможностей предприятия (*фирмы*) в маркетинговой деятельности.
15. Основные требования покупателей к товару в условиях современного" рынка покупателя".
16. Методы рыночного тестирования нового товара.
17. Разработка рыночной стратегии по конкретному товару.
18. Разработка программы маркетинга по конкретному товару.
19. Формирование ценовой политики в отношении конкретного товара.
20. Разработка сбытовой политики в отношении конкретного товара.
21. Разработка политики товародвижения в маркетинговой деятельности.
22. Разработка сервисной политики в отношении конкретного товара.
23. Планирование рекламной кампании в отношении конкретного товара и оценка ее эффективности.
24. Разработка политики в области формирования спроса и стимулирования сбыта.
25. Организация маркетинговой деятельности фирмы.
26. Основные виды деятельности консультационных и маркетинговых фирм.
27. Использование ЭВМ в маркетинговой деятельности.
28. Маркетинг услуг
29. Управление качеством товаров и маркетинг
30. Экспортный маркетинг
31. Импортный маркетинг

32. Особенности маркетинговой деятельности фирмы на рынке страны (*страна по выбору обучающегося*)
33. Реклама в маркетинговой деятельности
34. Личные продажи как способ продвижения товара на рынок
35. Наступательные и оборонительные маркетинговые стратегии
36. Ценовые стратегии в маркетинговой деятельности фирмы
37. Эволюция концепции маркетинга
38. Методы полевых исследований в маркетинге (*на примере конкретного товара с составлением опросного листа*).
39. Анализ возможностей фирмы при выборе целевого рынка(*на конкретном примере*)
40. Анализ конкурентоспособности товара при выборе целевого рынка (*на конкретном примере*).
41. Товарные марки (товарные знаки и их роль в коммуникационной политике).
42. "Паблик рилейшнз" в коммуникационной политике.
43. Анализ телевизионной рекламы продукции отечественных или зарубежных фирм на российском телевидении (*фирмы по выбору обучающегося*).
44. Оценка эффективности мероприятий по стимулированию сбыта товара (*товар, фирма и рынок по выбору обучающегося*)
45. Прямой маркетинг.
46. Сравнительный анализ эффективности каналов сбыта (*товар, рынок и фирма по выбору обучающегося*)
47. Роль стандартизации и дифференциации в товарной политике.
48. Разработка оптимального ассортимента в товарной политике фирмы.
49. Упаковка товара и ее роль в товарной политике фирмы.
50. Маркетинговая деятельность (*фирмы по выбору обучающегося*)
51. Маркетинговые исследования как основа принятия управленческих решений
52. Современные формы маркетинга: партизанский маркетинг, вирусный маркетинг и т.д.
53. Разработка программы (плана) маркетинга.
54. Оценка эффективности маркетинговой деятельности.
55. Организация маркетинговой работы на фирме.