

**Розподіл тем та керівників міждисциплінарної курсової роботи для 3 курсу денної
форми навчання**

| ПІІ студента | Номер групи | Тема курсової | |
|--------------------------------|-------------|---|------------------------|
| Агасарян Арарат | 1 | 162. Використання маркетингових інструментів для просування регіональних брендів | К.е.н. Вардеванян В.А. |
| Андоній Марія-Віталіна | 1 | 61. Маркетингова комунікаційна політика підприємства: теоретико-методичні засади | Доц. Зрибнева І.П. |
| Гарбар Максим | 1 | 62. Формування комплексу маркетингових комунікацій підприємства | Доц. Зрибнева І.П. |
| Копачук Вадим Віталійович | 1 | 80. Специфіка комплексу маркетингу послуг | Доц. Зрибнева І.П. |
| Макаревич Вікторія | 1 | 22. Принципи, цілі та функції маркетингу, їх становлення в Україні | К.е.н. Гавриш І.І. |
| Погинайко Владислав Васильович | | 7. Еволюція концепцій маркетингу | К.е.н. Гавриш І.І. |
| Сідор Алессандра | 1 | 20. Система та характеристика сучасного маркетингу | К.е.н. Гавриш І.І. |
| Скрипник Анна | 1 | 74. Сутність, функції та організація оптової торгівлі | К.е.н. Гавриш І.І. |
| Ціхоцька Вікторія | 1 | 154. Поняття мережевого маркетингу та історія розвитку мережевого маркетингу | К.е.н. Гавриш І.І. |
| Якович Олеся | 1 | 40. Організація маркетингового дослідження поведінки споживачів | К.е.н. Гавриш І.І. |
| Яловіца Андрій Володимирович | 1 | 25. Теоретичне обґрунтування комплексу маркетингу | К.е.н. Гавриш І.І. |
| Бастраков Данііл Анатолійович | | 115. Теоретичні засади ресторанного маркетингу | К.е.н. Гавриш І.І. |
| Білоткач Анна-Каріна | 2 | 141. Сутність та класифікація маркетингових рішень | К.е.н. Гавриш І.І. |
| Бойчук Вероніка | 2 | 130. Маркетингова товарна політика сфери культури і мистецтва. | К.е.н. Гавриш І.І. |
| Василечко Христина | 2 | 181. Товарна політика роздрібного (оптового, виробничого) підприємства. | К.е.н. Гавриш І.І. |
| Вівсянник Аліна Ярославівна | | 50. Теорія життєвого циклу товару (ЖЦТ) та її використання у маркетинговій діяльності | К.е.н. Гавриш І.І. |
| Григоращук Богдан | 2 | 75. Роздрібна торгівля: сутність, призначення, організація | Доц. Бурдяк О.М |
| Карабан Дарина | 2 | 184. Суть пропаганди, її функції. Методи пропаганди. | Доц. Бурдяк О.М |
| Єремія Марина | 2 | 49. Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики. | Проф. Буднікевич І.М. |
| Кохан Мар'яна | 2 | 51. Роль та значення упаковки товару | Проф. Буднікевич І.М. |
| Негрич Євген Вячеславович | 2 | 71. Теоретичні аспекти організаційних форм маркетингової діяльності | Проф. Буднікевич І.М. |

| | | | |
|----------------------------------|---|---|----------------------|
| Некуляк Олег Михайлович | 2 | 95. Теоретико-методичні засади банківського маркетингу | Доц. Черданцева І.Г. |
| Павлюк Андрій | 2 | 95. Теоретичні основи маркетингу транспортних послуг. | Доц. Черданцева І.Г. |
| Рупишев Родіон | 2 | 131. Сучасні маркетингові інформаційні системи в торгівлі. | Доц. Черданцева І.Г. |
| Снісар Ніколетта | 2 | 83. Фірмовий стиль у маркетингу | Доц. Крупенна І.А |
| Федорак Андрій | 2 | 43. Модель споживацької поведінки українського споживача. | Доц. Кифяк О.В. |
| Філіпчук Анна | 2 | 2. Поняття та причини виникнення маркетингу. | . Доц. Кифяк О.В. |
| Бежан Максим | 3 | 13. Концепція стратегічного маркетингу. | Доц. Крупенна І.А. |
| Білецька Лілія | 3 | 73. Теоретико-методичні аспекти маркетингової політики розподілу. | Доц. Крупенна І.А. |
| Бойко Ігор | 3 | 76. Використання сучасних технологій у збутовій політиці підприємства. | Доц. Крупенна І.А. |
| Виноградник Олександр | 3 | 182. Маркетингова діяльність на основі технологій Інтернет. | Доц. Крупенна І.А. |
| Казак Лоліта | 3 | 5. Роль маркетингу в господарській діяльності | Ас.Романюк Н.В. |
| Кодіца Владислав | 3 | 108. Роль маркетингу у розвитку страхового бізнесу. | Ас.Романюк Н.В. |
| Колесник Ігор Олегович | 3 | 53. Маркетингова комунікаційна політика підприємства орієнтованого на ринок | Ас.Романюк Н.В. |
| Погорелова Валерія Володимирівна | 3 | 84. Теоретичні засади маркетингу територій | Ас.Романюк Н.В. |
| Самборська Олена | 3 | 188. Формування іміджу компанії | Ас.Романюк Н.В. |
| Федюк Наталія | 3 | 12. Концепція соціально-етичного маркетингу. | Ас.Романюк Н.В. |
| Цвік Діана | 3 | 45. Основні характеристики покупців споживчих товарів. | Ас.Євчук Х.В. |
| Чвельова Анастасія | 3 | 15. Порівняння концепцій маркетингу. | Ас.Євчук Х.В. |
| Чернівецька Юлія | 3 | 1. Маркетинг як сучасна форма управління ринком. | Ас.Євчук Х.В. |