Додаток № 20
до наказу №89
від 25.08.2026 р.

Теми кваліфікаційних робіт

здобувачів магістерського рівня вищої освіти
бакалаврського, магістерського

спеціальності D5 Маркетинг
шифр і назва спеціальності

спеціалізації _____
назва спеціалізації

Вид освітньої програми освітньо-професійна
освітньо-професійна, освітньо-наукова

Форма навчання денна, заочна
денна/заочна/дистанційна

№ п/п	ПІБ здобувача вищої освіти	Тема роботи	ПІБ, науковий ступінь, вчене звання керівника
1	*2*	*3*	*4*
МРм-25			
1	Думановський Дмитро Миколайович	Формування маркетингової стратегії просування підприємства на B2B ринку (за матеріалами ТОВ «Бетон Конкрет», м. Одеса)	Карпенко В. Л. д.е.н, доц. кафедри маркетингу
2	Круглов Максим Валерійович	Удосконалення маркетингової діяльності підприємства в умовах цифровізації (за матеріалами ТОВ «САН-ТЕКС», м. Хмельницький)	Нянько В. М. к.е.н, доц. кафедри маркетингу
3	Крупицький Антон Сергійович	Стратегічне управління маркетинговими комунікаціями підприємства на ринку ювелірних виробів (за матеріалами Online Retail Denys Lebedovych магазин «REYTEL», Польща, м. Варшава)	Закрижевська І. В. к.е.н, зав. каф. маркетингу
4	Михальчук Олександра Петрівна	Управління лояльністю споживачів у системі маркетингової діяльності промислового підприємства (за матеріалами ДП ПрАТ «ОБОЛОНЬ» «КРАСИЛІВСЬКЕ», м. Красилів)	Решміділова С. Л. к.е.н, доц. кафедри маркетингу
5	Окорський Богдан Сергійович	Удосконалення системи стратегічного маркетингового управління на автотранспортному підприємстві (за матеріалами ТОВ «Автотранс-Поділля», м. Городок)	Літинська В. А. к.е.н, доц. кафедри маркетингу
6	Світик Денис Іванович	Удосконалення маркетингової діяльності сільськогосподарського підприємства на ринку аграрної продукції (за матеріалами Полонського ФГ «Колос», м. Полонне)	Андрушкевич З. М. к.е.н, доц. кафедри маркетингу
7	Цісар Віталій Анатолійович	Удосконалення маркетингової діяльності підприємства в умовах трансформації ринкового середовища (за матеріалами ПП «ТАД», м. Волочиськ)	Літинська В. А. к.е.н, доц. кафедри маркетингу

1	2	3	4
		МРмз-25	
1	Богуцький Антон Вадимович	Удосконалення маркетингової діяльності на підприємстві (за матеріалами ПП «Славута Бетон», м. Славута)	Решміділова С. Л. к.е.н, доц. кафедри маркетингу
2	Бондарук Оксана Ігорівна	Удосконалення системи маркетингових комунікацій підприємства (за матеріалами ТОВ «Агротрейд Логістика», м. Ізяслав)	Бойко Р. В. к.е.н, доц. кафедри маркетингу
3	Дунєв Сергій Сергійович	Формування маркетингової стратегії брендингу та комунікацій підприємства в умовах посилення конкуренції (за матеріалами ТОВ «Будексім», м. Житомир)	Закрижевська І. В. к.е.н, зав. каф. маркетингу
4	Ільченко Анастасія Юріївна	Формування системи цифрових маркетингових комунікацій підприємства на фармацевтичному ринку (за матеріалами ТОВ «Сандоз Україна», м. Київ)	Карпенко В. Л. д.е.н, доц. кафедри маркетингу
5	Келманович Олександр	Управління маркетинговими комунікаціями авто-дилерського підприємства (за матеріалами ТОВ «Форсаж авто», м. Хмельницький)	Карпенко В. Л. д.е.н, доц. кафедри маркетингу
6	Кручек Яна Олександрівна	Удосконалення маркетингової діяльності підприємства (за матеріалами ТОВ «ТАС НЕЙЛ», м. Хмельницький)	Андрушкевич З. М. к.е.н, доц. кафедри маркетингу
7	Марчук Дмитро Миколайович	Удосконалення комплексу маркетингу підприємства (за матеріалами ФОП Марчук Дмитро Миколайович, м. Хмельницький)	Бойко Р. В. к.е.н, доц. кафедри маркетингу
8	Садлівська Ірина Михайлівна	Удосконалення маркетингової стратегії туристичної агенції (за матеріалами ФОП Славіна Наталія Анатоліївна, туристична агенція «Квитки у літо», м. Кам'янець-Подільський)	Андрушкевич З. М. к.е.н, доц. кафедри маркетингу
9	Соколюк Ольга Євгеніївна	Удосконалення маркетингового забезпечення системи збуту підприємства в умовах омніканальності (за матеріалами ТОВ «ТАС НЕЙЛ», м. Хмельницький)	Бобровник В. М. к.е.н, доц. кафедри маркетингу
10	Сторожук Анастасія Павлівна	Формування стратегії цифрового маркетингового просування клієнтського проєкту сфери сімейного відпочинку (за матеріалами ФОП Бевза Алла Францівна, маркетингова агенція «The Kasta», м. Хмельницький)	Закрижевська І. В. к.е.н, зав. каф. маркетингу
11	Шабатура Анна Анатоліївна	Формування стратегії маркетингових комунікацій підприємства в соціальних мережах та локальних онлайн-спільнотах для підвищення впізнаваності бренду та лояльності споживачів (за матеріалами ТОВ «СВІТХІМ-Р» мережа магазинів «Щодня», м. Хмельницький)	Закрижевська І. В. к.е.н, зав. каф. маркетингу

Завідувач кафедри маркетингу Ірина ЗАКРИЖЕВСЬКА

Декан факультету економіки та управління Віталій КАРПЕНКО