

Напрямки наукових досліджень здобувачів ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 Маркетинг:

1. Сучасні напрями розвитку ринкової політики на засадах концепції маркетингу.
2. Управління інноваційним розвитком суб'єктів господарювання на маркетингових засадах.
3. Управління маркетинговою діяльністю підприємства.
4. Методологічні основи стратегічного та оперативного маркетингу.
5. Проблеми мотивації споживчого попиту.
6. Сегментація товарних ринків та визначення риночних ніш.
7. Сучасні проблеми соціальної відповідальності в маркетингу.
8. Маркетинговий механізм адаптації національного виробника до умов глобального конкурентного середовища.
9. Маркетинг взаємовідносин з партнерами як елемент корпоративної стратегії.
10. Формування та розвиток інтегрованих систем маркетингової інформації, управління взаємовідносинами з партнерами, формування програми лояльності.
11. Психологічні аспекти маркетингу та реклами.
12. Методи та технології проведення маркетингових досліджень.
13. Дослідження конкурентоспроможності підприємства; бенчмаркінг.
14. Стратегії, форми і методи цінової та нецінової конкуренції на сучасних ринках товарів та послуг.
15. Обґрунтування цінової політики компанії; фактори, що впливають на цінову політику.
16. Дослідження факторів та мотивів поведінки споживачів.
17. Маркетингові аспекти управління проектами розробки нової продукції.
18. Формування товарної політики підприємства; особливості сертифікації товарів в ЄС.
19. Маркетинг інновацій.
20. Стратегії та методи побудови ефективної системи розподілення товарів.
21. Маркетингові аспекти управління життєвим циклом товарів та послуг.
22. Формування та розвиток дистрибуторських та дилерських мереж реалізації продукції.
23. Розвиток віртуальних ринків, маркетингові технології в організації

електронної торгівлі та просуванні товарів та послуг в мережі Інтернет.

24. Розробка та ефективне використання комплексу маркетингових комунікацій.

25. Розробка сучасних форм і методів рекламної діяльності, організація та оцінка ефективності реклами в системі маркетингових комунікацій.

26. Управління просуванням товарів та послуг.

27. Управління виставковою діяльністю.

28. Сучасні методи формування іміджу підприємства як елементу маркетингової стратегії.

29. Розробка системи позиціонування та ринкового просування торгових марок.

30. Управління брендом підприємства.

31. Маркетинг територій як фактор соціально-економічного розвитку, підвищення інвестиційної активності та формування сприятливого іміджу території.

32. Формування та розвиток ринку маркетингових послуг.

33. Управління маркетинговою діяльністю в сфері банківських послуг.

34. Особливості маркетингового супроводження експорту товарів на ринки ЄС.

35. Основні фактори, що визначають конкурентоспроможність промислових товарів на міжнародних ринках.

36. Управління маркетинговою діяльністю некомерційних підприємств.