


*Затверджено
на засіданні кафедри міжнародної
економіки
від «25» вересня 2025 р. протокол № 2*


доц. Саєнко О.С.

Тематика
міждисциплінарних курсових робіт для студентів 4 курсу
спеціальності «Міжнародні економічні відносини» на 2025-2026 н.р.

1. Вплив глобалізації на формування міжнародних маркетингових стратегій.
2. Особливості реалізації маркетингових програм для товарів глобальної природи.
3. Реалізація “правила Тріади” у міжнародному маркетингу.
4. Нейромаркетинг як сучасна стратегія міжнародного бізнесу.
5. Роль креативного маркетингу у просуванні товарів на зовнішній ринок.
6. Сучасні масштаби та тенденції впровадження глобального маркетингу.
7. Транснаціональний маркетинг як ключова стратегія сучасних міжнародних компаній.
8. Інтернет-технології як маркетинговий інструмент в діяльності зарубіжних компаній (на прикладі...).
9. Інтернет як засіб просування послуг на зарубіжному ринку (на прикладі...).
10. Сучасні тенденції розвитку електронної комерції як інструменту міжнародного маркетингу.
11. Організація рекламної діяльності в мережі Інтернет (на прикладі...).
12. Адаптація та реалізація маркетингової стратегії транснаціональної компанії на міжнародному ринку (на прикладі...).
13. Маркетингові стратегії багатонаціональних компаній (на прикладі...).
14. Маркетингові стратегії проникнення підприємства на зовнішні ринки (на прикладі...).
15. Маркетингові стратегії управління філією міжнародної компанії (на прикладі...).
16. Сучасні напрямки реалізації некомерційного міжнародного маркетингу.
17. Інструменти мережевих компаній на ринку України (на прикладі...).
18. Міжнародне середовище як детермінанта обрання маркетингової стратегії (на прикладі...).
19. Вплив соціально-культурних чинників на поведінку споживачів на світовому ринку (на прикладі...).
20. Інструментарій впливу на поведінку споживачів на зарубіжному ринку (на прикладі...).
21. Дослідження комплексу маркетингу на зарубіжних ринках (на прикладі...).
22. Методи збирання вторинної (первинної) маркетингової інформації на зарубіжних ринках (на прикладі...).
23. Дослідження кон’юнктури зарубіжних ринків промислових (споживчих) товарів (на прикладі...).
24. Організація і планування маркетингових досліджень на зарубіжних ринках (на прикладі...).
25. Напрями дослідження поведінки споживачів на зарубіжних ринках (на прикладі...).
26. Формування та підтримка лояльності споживачів до підприємства (на прикладі...).
27. Розробка конкурентної стратегії виходу на зовнішній ринок (на прикладі...).
28. Стратегічні рішення у товарній політиці на міжнародному ринку (на прикладі...).
29. Формування міжнародних товарних стратегій (на прикладі...).
30. Розробка стратегії управління маркетинговими ризиками на зарубіжному ринку (на прикладі...).

31. Розробка стратегії успішної товарної марки на світовому ринку (на прикладі...).
32. Формування асортиментної політики підприємства на зовнішніх ринках (на прикладі...).
33. Підвищення конкурентоспроможності товарів на зарубіжних ринках (на прикладі...).
34. Міжнародний маркетинг у сфері торгівлі інтелектуальним продуктом.
35. Міжнародне позиціонування товарного бренду на зарубіжному ринку (на прикладі...).
36. Вдосконалення цінової політики підприємства на зарубіжному ринку (на прикладі...).
37. Оптимізація каналів розподілу на зарубіжному ринку (на прикладі...).
38. Маркетингова логістика в міжнародних каналах розподілу (на прикладі...).
39. Сучасні тенденції розвитку міжнародного маркетингу у сфері туристичних послуг.
40. Система стимулювання збуту в діяльності підприємства на зовнішньому ринку (на прикладі...).
41. Формування системи маркетингових комунікацій на зарубіжному ринку (на прикладі...).
42. Вірусний маркетинг у комерційних банках на міжнародному ринку послуг (на прикладі...).
43. Формування міжнародної стратегії просування бренду (на прикладі...).
44. Формування і підтримка іміджу підприємства на зовнішніх ринках (на прикладі...).
45. PR як елемент системи міжнародних маркетингових комунікацій.
46. Спонсорингова діяльність українських підприємств на зарубіжних ринках (на прикладі...).
47. Прикордонний маркетинг як інструмент реалізації інтеграційного потенціалу територій (на прикладі ВЕЗ).
48. Брендінг як інструмент територіального маркетингу.
49. Європейська інтеграція України та економічна безпека держави.
50. Готовність та спроможність ЄС до розширення: перспективи для України.
51. Становлення інформаційного суспільства в Україні в контексті європейського вибору.
52. Міжнародне співробітництво України та ЄС у сфері ІКТ та мас-медіа.
53. Державна підтримка розвитку інноваційної сфери у державах-членах ЄС: досвід для України
54. Участь України в агентствах/програмах Європейського Союзу: сучасний стан та шляхи вдосконалення.
55. Співробітництво між Україною і Європейським Союзом у сфері юстиції, свободи та безпеки: стан та шляхи вдосконалення.
56. Механізми впливу європейських інституцій на врегулювання кризової ситуації на Сході України: стан та шляхи вдосконалення.
57. Міжкультурні фактори і роль комунікацій в європейській політиці згуртування: досвід для України.
58. Співробітництво між Україною та Європейським Союзом у сфері регіонального розвитку: стан та шляхи вдосконалення.
59. Транскордонне співробітництво з країнами ЄС у сфері регіональної політики України: стан та шляхи підвищення ефективності.
60. Європейська міграційна політика та механізми її реалізації: досвід для України.
61. Організація і техніка здійснення експортно-імпортних операцій підприємства.
62. Організація зовнішньоекономічної діяльності на підприємствах туристичного бізнесу.
63. Організація роботи представництва (філії), дочірнього підприємства за кордоном.
64. Організація зовнішньоекономічної діяльності торговельно-посередницького підприємства.
65. Організація транспортно-експедиторського обслуговування зовнішньоекономічних

- зв'язків підприємства.
66. Цінова стратегія підприємства при здійсненні ЗЕД.
 67. Маркетингова стратегія підприємства-суб'єкта ЗЕД.
 68. Розробка маркетингової програми підприємства-суб'єкта ЗЕД.
 69. Збутова політика спільного підприємства.
 70. Управління конкурентоспроможністю підприємства при здійсненні ЗЕД.
 71. Оцінка та основні напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємства при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.
 72. Управління фінансовим станом підприємства-суб'єкта ЗЕД.
 73. Оцінка фінансових результатів експортної (імпортної) діяльності фірми на зовнішньому ринку.
 74. Формування асортиментної політики та її вплив на ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства.
 75. Податкова політика підприємства при здійсненні ЗЕД.
 76. Кредитно-фінансова політика підприємства - суб'єкта ЗЕД.
 77. Резерви підвищення ефективності зовнішньоторговельних операцій.
 78. Зовнішньоекономічна діяльність та її роль у розвитку національної економіки (регіону).
 79. Зовнішньоекономічна політика України: особливості та пріоритети.
 80. Сучасна зовнішньоторговельна політика країни і засоби її здійснення (на прикладі конкретної країни).
 81. Масштаби, структура та динаміка розвитку зовнішньої торгівлі України (регіону).
 82. Ефективність залучення іноземних інвестицій в економіку України.
 83. Порівняльна характеристика інвестиційної привабливості галузей та регіонів України.
 84. Міжнародна інвестиційна привабливість українських регіонів.
 85. Удосконалення механізму експортно-імпортних операцій України.
 86. Сучасні засоби державного стимулювання експорту: світова та українська практика.
 87. Особливості системи регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні.
 88. Вдосконалення системи митного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні.
 89. Вдосконалення системи нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.
 90. Проблеми і протиріччя функціонування сучасного світового господарства.
 91. Напрями розвитку сучасної політики протекціонізму у глобальній торговельній системі.
 92. Протекціонізм: суть і еволюція форм, користь і шкода.
 93. Демпінг і антидемпінгові процедури в міжнародній торгівлі.
 94. Сучасна міжнародна торгівля в системі світового господарства.
 95. Сучасні тенденції регіональних змін у міжнародній торгівлі та її роль в економічному розвитку.
 96. Розвиток світових товарних ринків в умовах глобалізації (на прикладі конкретної групи товарів).
 97. Місце України на світовому ринку товарів.
 98. Місце України на світовому ринку послуг.
 99. Особливості розвитку міжнародної торгівлі послугами у сучасних умовах (на прикладі конкретної групи послуг).
 100. Регулювання зовнішньої торгівлі товарами (на прикладі окремої країни).
 101. Регулювання світової торгівлі товарами (на прикладі конкретної групи товарів).
 102. Регулювання світової торгівлі послугами (на прикладі конкретної групи товарів).
 103. Товарні біржі в міжнародній торгівлі та механізм їх функціонування.
 104. Особливості розвитку аукціонної торгівлі у глобальному середовищі.
 105. Розвиток електронної торгівлі в умовах глобального інформаційного простору.
 106. Розвиток світового ринку нанотехнологій.
 107. Світовий ринок високих технологій та позиції України на ньому.

108. Україна на світовому ринку зерна: стан та перспективи.
109. Сучасний стан та тенденції розвитку міжнародної торгівлі соняшниковою олією.
110. Державна підтримка зовнішньоекономічних відносин у контексті СОТ.
111. Розвиток зовнішньоторговельних відносин України з Європейським Союзом.
112. Шоста індустріальна революція і можливості для України.
113. Прискорення інтеграції України до трансконтинентальних транспортних коридорів.
114. Інвестиційне середовище України в системі залучення іноземних капіталовкладень.
115. Формування мережі і систем управління торговельно-економічними представництвами України за кордоном.
116. Стратегічні пріоритети географії товарної структури експорту України.
117. Формування концепції імпортозаміщення в системі стратегії товарного імпорту України.
118. Цінова кон'юнктура світового ринку сировини в аспекті конкурентних переваг України.
119. Формування логістичних транспортних систем у глобальному просторі.
120. Індустріальні парки у світовій та українській економіці.
121. Форми і джерела формування конкурентних переваг у готельному бізнесі України.
122. Концептуальні напрями нарощування процесів залучення іноземних туристів в Україну.
123. Нові тенденції у формуванні міжнародного іміджу України в умовах зміни геополітичних і гео економічних умов.
124. Міжнародна торгівля у забезпеченні економічного зростання.
125. Особливості розвитку економічної інтеграції у/на (на прикладі конкретного інтеграційного об'єднання чи континенту).
126. Сучасні тенденції розвитку міжнародних торговельних відносин.
127. Сучасні тенденції розвитку світової торгівлі послугами.
128. Технічні бар'єри як інструмент зовнішньоторговельної політики країн.
129. Економічні санкції як інструмент протекціонізму у системі міжнародних відносин.
130. Торговельна дипломатія та просування економічних інтересів України.
131. Міжнародна енергетична політика України.
132. Особливості міграційної політики (назва країни) в умовах глобалізації.
133. Україна у міжнародних міграційних процесах.
134. Інноваційний розвиток (конкретної країни або групи країн).
135. Розвиток інноваційної діяльності України в умовах глобалізації.
136. Міжнародна фінансово-кредитна політика України.
137. Управління державним боргом шляхом співробітництва України з міжнародними фінансовими організаціями.
138. Розвиток (ефективність) співробітництва України з міжнародними економічними організаціями (на прикладі будь-якої організації).
139. Проблеми і перспективи інтеграції України у світовий ринок туристичних послуг.
140. Зовнішньоекономічна діяльність України у двосторонньому співробітництві (на прикладі конкретної країни).
141. Транскордонне співробітництво як елемент розвитку регіональних економічних систем.
142. Зовнішньоекономічні відносини регіонів України: стан та перспективи.
143. Розвиток економічних відносин (конкретна країна) і України: проблеми та перспективи.
144. Сучасний стан і перспективи розвитку інтеграційних відносин України з Європейським Союзом.
145. Зовнішньоекономічні пріоритети України у багатосторонньому співробітництві з країнами Глобального Півдня.
146. Зовнішньоекономічні пріоритети України у багатосторонньому співробітництві з країнами Південно-Східної Азії.

- 147.Стан і перспективи розвитку світового морського транспорту.
148.Стан і перспективи розвитку світового авіаційного транспорту.